

TARTU ÜLIKOOL  
Majandusteaduskond  
Ettevõtetmajanduse instituut

Martin Noorkõiv

**SOTSIAALNE ETTEVÕTLUS JA  
ÜHISKONDLIKU MÕJU HINDAMINE EESTI  
SOTSIAALSETE ETTEVÕTETE NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: teadur Krista Jaakson

Tartu 2014

Soovitan suunata kaitsmisele .....  
(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud “ “..... 2014. a.

..... õppetooli juhataja

.....  
(õppetooli juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....  
(töö autori allkiri)

# SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	4
1. SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE JA ÜHISKONDLIKU MÕJU HINDAMISE KÄSITLEMISE TEOREETILISED ALUSED .....	7
1.1. Sotsiaalse ettevõtluse mõiste .....	7
1.2. Ühiskondlik mõju ja selle hindamine .....	15
1.3. Sotsiaalne ettevõtlus Eestis .....	20
2. ÜHISKONDLIKU MÕJU HINDAMINE EESTI SOTSIAALSETES ETTEVÕTETES .....	25
2.1. Uurimismetoodika ja valim .....	25
2.2. Ühiskondliku mõju hindamise analüüs Eesti sotsiaalsetes ettevõtetes .....	28
2.3. Järeldused ja ettepanekud sotsiaalse ettevõtluse mõju hindamise valdkonna arendamiseks .....	37
Kokkuvõte .....	45
Viidatud allikad .....	48
Lisa 1. Intervjuu küsimused .....	52
SUMMARY .....	53

## SISSEJUHATUS

Sotsiaalne ettevõtlus on suhteliselt uus mõiste ja nähtus. Eestis on see tuntud ja kasutatud umbes viimase viieteistkümne aasta jooksul, mujal arenenud maailmas mitukümmend aastat. Mingil määral on ka varasemalt mittetulundusühingud sotsiaalse ettevõtluse meetodeid rakendanud, kuid tänaseks päevaks on jõutud punkti, kus järjest suurem osa arenenud maailmast ja sageli spetsiifiliselt mittetulundussektorist üht või teist pidi sotsiaalse ettevõtlusega kokku puutub.

Ühte universaalselt tunnustatud sotsiaalse ettevõtluse definitsiooni ei ole olemas, kuid enamus olemasolevatest definitsioonidest toetab mõtet, et see on tegutsemise vorm, kus organisatsioon tegeleb ettevõtlusega selleks, et selle abil luua ühiskondlikku muutust.

Tänapäevaks on ilmnunud mitmeid probleeme selle tegutsemisvormiga seoses ning üks neist on ühiskondliku mõju (st loodud muutuse) hindamine. Nimelt on sageli üleval küsimused – kas sotsiaalsetest ettevõtetest on üldse ühiskonnale mingi mõju? Kas seda mõju on üldse võimalik mõõta? Kas erinevaid ühiskondlike tegevusi on võimalik ühele ühiskondliku mõju mõõteskaalale paigutada? Kas me oskame hinnata lühiajalisi ja pikaajalisi mõjusid?

Samas, arvestades seda, et tänaseks päevaks on juba üle 10 riigi maailmas loonud uue juriidilise vormi selliste ettevõtete jaoks, valdkonda panustatakse hulganisti riikide ja kolmanda sektori rahasid ning sotsiaalseid ettevõtteid tekib juurde iga päev – on neile küsimustele vastamise vajadus paratamatu ning sellega peab tegelema võimalikult kiiresti.

Valdkondlik uuring Eestis näitas, et meil on kuni poolsada organisatsiooni, mis end ise sotsiaalseteks ettevõteteks nimetavad ning seda sageli väga erinevatel alustel (Lillemets 2010). Eestis on 2011. aastal asutatud Eesti Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik, mis koondas asutamishetkel 19 ettevõtet ning mille asutavas kogus töö autor samuti osales.

Samuti on ka Eestis juba praegu mitu rahastusvooru (näiteks Kodanikuühiskonna Sihtkapitali sotsiaalse ettevõtluse äriplaani koostamise programm), mis on suunatud sotsiaalse ettevõtluse toetamiseks ning teema on kolmandas sektoris vägagi aktuaalne.

Autori jaoks on teema aktuaalne, sest on nimetatud Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku nõuandvas kojas ning juhib organisatsiooni, mille all tegutseb Eesti esimene sotsiaalse ettevõtluse inkubaator (SEIKU), mõlema tegevuse edendamiseks on vajalik eestkoste ja valdkonna parem mõistmine. Eriti oluline on võimekus eristada sotsiaalset ettevõtlust tavalisest ettevõtlusest ning üks, mis seda võimaldab, on mõju hindamine.

Seetõttu on käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks läbi Eesti sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku mõju hindamise analüüsi teha ettepanekuid sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku mõju hindamise arendamiseks.

Antud töö uurimisülesanneteks on:

- sotsiaalse ettevõtluse mõiste defineerimine;
- ühiskondliku mõju mõiste avamine ja ülevaate andmine selle hindamise võimalustest;
- anda ülevaade Eesti sotsiaalse ettevõtluse eripärast;
- koostada küsimustik ning viia läbi intervjuud;
- analüüsida ühiskondliku mõju hindamise viise ja hindamisega seonduvaid probleeme suuremate Eesti sotsiaalsete ettevõtete seas;
- esitada ettepanekud sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku mõju hindamise arendamiseks.

Töö on laias plaanis jaotatud kahte ossa – teoreetilise käsitluse osas vaadeldakse sotsiaalse ettevõtluse, ühiskondliku mõju ja selle hindamise mõisteid ning sotsiaalse ettevõtluse olukorda Eestis. Empiirilises osas analüüsitakse suuremate Eesti sotsiaalsete ettevõtete mõju hindamise meetodeid ja juhtide hinnanguid neile meetoditele. Andmete kogumiseks toimus 7 intervjuud suuremate sotsiaalsete ettevõtete juhtidega ning andmeid analüüsiti kvalitatiivselt. Antud töö valmimiseks kulus kaks aastat, sest autor ei lõpetanud 2013. aasta kevadel tervislikel põhjustel ülikooli. Sellest lähtuvalt on suurem osa empiirilisest tööst tehtud 2013. aastal.

Antud tööst võiks kasu olla neile, kes plaanivad alles alustada sotsiaalse ettevõtlusega, neile kes on juba tegutsevad ettevõtted, kuid ei ole veel mõju hindamisega tegelema hakanud, sotsiaalset ettevõtet toetavatele rahastajatele (nii era- kui avaliku sektori), valdkonna katuseorganisatsioonidele kui ka neile, kes soovivad sotsiaalse ettevõtluse mõju hindamise valdkonda akadeemiliselt edasi uurida (töös selgus mitmeid valdkondi, mida võiks edasi uurida).

Autor tänab eelkõige oma juhendajat, Krista Jaaksonit, kes hoolimata väga pikale veninud tegemisest on tööd juhendama jäänud ning ilma kellela antud töö mitte kunagi kaante vahele poleks saanud. Lisaks tänab autor ka töö Tuuli Pärensoni, kes töö tegemise esimesel aastal juhendas autorit ning andis palju väärtuslikku nõu selle töö osas. Autor sooviks tänada ka kõiki intervjuueeritavaid, kes avatult ja põnevalt oma organisatsioonidest ja tööst olid valmis rääkima.

# **1. SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE JA ÜHISKONDLIKU MÕJU HINDAMISE KÄSITLEMISE TEOREETILISED ALUSED**

## **1.1. Sotsiaalse ettevõtluse mõiste**

Käesolevas peatükis avab autor sotsiaalse ettevõtluse erinevaid määratlusi, uurib erinevate autorite käsitluste vahelisi erisusi ning püüab leida ühise. Sellest lähtuvalt sõnastada antud töö jaoks vajalik mõiste, millega edasi tegutseda nii mõju hindamise temaatika kui ka empiirilise osa raames.

Sotsiaalne ettevõtlus on üpris laialivalguv mõiste nii akadeemilises kirjanduses kui praktilises kasutuses (Kerlin 2013; Dart et al 2010; Dees 1998). See, kes nimetab end ise sotsiaalseks ettevõtjaks, ei pruugi seda olla ühegi definitsiooni järgi ning mitmete definitsioonide järgi on sotsiaalsed ettevõtted sellised organisatsioonid, kes end ise kunagi selleks nimetanud ega pidanud ei ole (Diochon, Anderson 2011).

Sageli on tugevad erinevused definitsioonide osas riikide (ja piirkondade) vaheliselt ning isegi siseselt (Bacq, Janssen 2011). Riikides, kus ei ole sotsiaalse ettevõtluse juriidilist vormi, kujundavad selle definitsiooni sageli peamiselt praktikud, kes valdkonnas tegutsevad (Kerlin 2013). Küll aga on erinevates riikides väga erinevat tüüpi praktikud sotsiaalse ettevõtluse teema enda vedada võtnud ning selle tulemusena on mõnes riigis „teema eestvedajaks“ kaubandus-tööstuskoda (nt Soomes), mõnes mittetulundusühenduste katuseorganisatsioon (nt Eestis), mõnes hoopis mõni ministeerium (nt Leedus), mõnes eraõiguslik sihtasutus (nt Lätis) ning paljudes erinevad kombinatsioonid nimetatud variantidest.

Iga eestvedav organisatsioon vaatlleb sotsiaalse ettevõtluse definitsiooni ka eelkõige oma perspektiivist ja sektori spetsiifikast – sellest tulenevalt on praktikas kasutusel väga

palju erinevaid sotsiaalse ettevõtluse mõisteid ning praktikute seas ühtne arusaam puudub (Lyon, Sepulveda 2009). Praktikute käsitluste uurimine oleks aga eraldi töö vääriline väljakutse, selles töös käsitletakse seetõttu teoreetikute käsitlusi.

Hoolimata sellest, et sotsiaalse ettevõtluse praktiline kasutus ning huvi poliitikute seas on kiiresti kasvanud, jääb akadeemiline uurimistöö aga praktikast siiski praegu veel kõvasti maha (Kerlin 2013; Galera, Borzaga 2009). Sotsiaalset ettevõtlust on käsitletud üsna ebaühtlaselt ning väga erinevate distsipliinide raames (Roper, Cheney 2005). Ka Eestis on sotsiaalse ettevõtluse teemat käsitletud autori kokkupuudete järgi vähemalt ettevõtlusvaldkonna, kommunikatsioonivaldkonna ja riigiteaduste valdkondade teemana ning ei ole ka välistatud, et sotsiaalse ettevõtluse teemaga veel mõnel erialal eraldi ei ole tegeletud. Veel ei ole selge, kuhu see teema peaks kuuluma (ning kui mitmete valdkondade teemaks sotsiaalne ettevõtlus jääb), kuid näiteks Tartu Ülikoolis on majandusteaduskond võtnud hetkel juhtiva rolli sotsiaalse ettevõtluse uurimisel.

Kirjanduses kasutatavad erinevad sotsiaalse ettevõtluse definitsioonid on erinevate autorite käsitlustes väga varieeruvad, seetõttu on leitud ka üsna vähe konsensust erinevate teoreetiliste (ja praktikute) käsitluste vahel (Raudsaar, Kaseorg 2013). Sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioon tähendab siamaani erinevate inimeste jaoks erinevaid asju, samuti ei ole selge mille järgi identifitseerida sotsiaalseid ettevõtjaid (Dees 2001).

On laialdaselt nõustatud, et „sotsiaalne ettevõte“ on selline organisatsioonide kategooria, mille alla kuulub mitmeid erinevaid tüüpe/alatüüpe. (Dart et al 2010) Sotsiaalseks ettevõtteks nimetatakse ühtedel juhtudel mingil viisil eristuvaid tegevusi, teistel juhtudel viidatakse tervetele organisatsioonidele või institutsioonidele (Galera, Borzaga 2009).

See, et sotsiaalset ettevõtlust ja sotsiaalset ettevõtet ei eristata, on üks aspekt, mida mitmed autorid on ära märkinud (Dees 2001). See on ka praktikute seas kõige laiemalt levinud eriarvamuste tekkimise koht – nimelt on võimalik ühel organisatsioonil tegeleda sotsiaalse ettevõtlusega, ilma, et ta oleks sotsiaalne ettevõte (umbes samamoodi nagu iga ettevõte võib tegeleda heategevusega, kuid see ei tee ettevõttest veel heategevusorganisatsiooni). Vastuoluliselt on mitmete (vähemalt Eesti) kolmanda



sektori esindaja arvates võimalik isegi olla sotsiaalne ettevõtte ja *mitte* tegeleda sotsiaalse ettevõtlusega, vaid elatuda projektitoetustest. See on võimalik käsitluses, kus peetakse sotsiaalset ettevõtlust samaks sotsiaalse innovatsiooniga. Selles töös käsitletud teoreetikute määratlustes enamasti sellist võimalust ei ole, kuid näiteks Galera ja Borzaga (2009) toovad ühe definitsioonide grupina välja innovatsiooni fookusesse toovad definitsioonid.

Akadeemilises kirjanduses katab sotsiaalse ettevõtluse mõiste laia ulatust erinevaid tegevusi ja algatusi (vt tabel 1), mis paiknevad kõik ühel pikal skaalal, millelt võib ühelt poolt leida sotsiaalseid algatusi üldiselt kasumile orienteeritud ettevõtluses, ainuüksi sotsiaalsete eesmärkide täimiseks loodud institutsioone, traditsioonilisi mittetulundusühendusi, kes kasutavad ettevõtlusmeetodeid lisatulu teenimiseks ning ka innovaatilisi avaliku sektori ettevõtmisi (Roper, Cheney 2005).

**Tabel 1.** Sotsiaalse ettevõtluse erinevad definitsioonid.

Autor(id)	Definitsioon
Dholakia, Dholakia (1975)	Igasugune ettevõtte, mida omatakse või hallatakse kollektiivsel viisil.
Dees (1998)	Sotsiaalsed ettevõtted mängivad rolli muutustest eestvedajatena ühiskondlikus sektoris läbi ühiskondliku missiooni, ühiskondliku väärtuse loomise (lisaks majanduslikule), pideva innovatsiooni, piiratud ressursside ja kõrgendatud vastutustunde.
Roberts, Woods (2005)	Sotsiaalsete muutuste võimaluste loomine, hindamine ja nende poole pöördumine.
Galera, Borzaga (2009)	Sotsiaalse ettevõtte kolm eriomast tunnust on: 1) ühiskondlik eesmärk; 2) kasumi mitte-jagamine; 3) tavapärasest erinev omandivorm ühendatuna osalusel põhineva juhtimisviisiga.
Bacq, Janssen (2011)	Sotsiaalne ettevõtte identifitseerib, hindab ja kasutab võimalusi, mille eesmärgiks on ühiskondliku väärtuse loomine kommertsvahendeid, turumehhanisme ja erinevaid ressursse kasutades.

Allikas: autori koostatud.

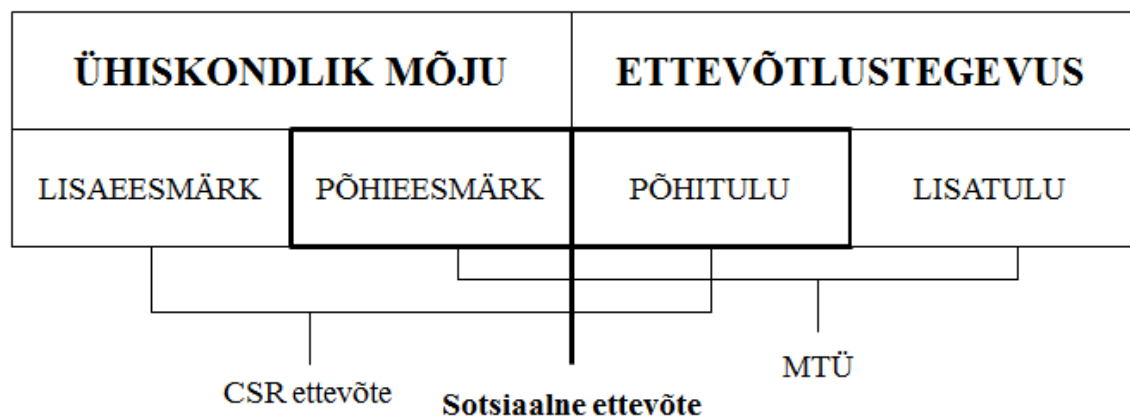
Seetõttu varieeruvad ka sotsiaalse ettevõtluse määratlused ja definitsioonid. Antud töös on välja toodud kolm peamist definitsioonide jaotusvõimalust: 1) definitsiooni laiuse/kitsuse järgi; 2) erinevate rõhuasetuste järgi; 3) organisatsioonide eesmärgisüsteemi järgi.

Laiem definitsioon on pigem mõtteviis, mida võivad kasutada nii äriettevõtted, mittetulundusorganisatsioonid kui ka avaliku sektori organisatsioonid, samuti ka

erinevad hübriidversioonid neist, mis segavad kokku ärilised ja mittetulunduslikud lähenemised (Galera, Borzaga 2009).

Vastavalt varieeruvad selliste laiemate definitsioonide puhul ka erinevad sotsiaalses ettevõtluses tegutsemise motiivid, alustades eesmärgist laiendada ja suurendada mingit olemasolevat sotsiaalse eesmärgiga tegevust traditsioonilistes MTÜ-des ning teises äärmuses eesmärgiga tulla vastu avalikkuse nõudmisele eraettevõtetele, olemaks sotsiaalselt vastutustundlikumad (Pärenson 2011). See aga viib laia definitsiooni liiga lähedale sotsiaalselt vastutustundlike ettevõtete (CSR) mõistele ning tekitab lisasegadust (vt joonis 1).

Nende laiemate määratluste puhul on oluline, et organisatsioonil/tegevusel oleksid sotsiaalsed eesmärgid olemas, kuid määrav ei ole see, kas sotsiaalne eesmärk on esimene või üks mitmetest eesmärkidest. Käesolevas töös selliseid mõisteid aluseks ei võeta.



**Joonis 1.** Sotsiaalse ettevõtluse laiem ja kitsam definitsioon (autori koostatud; Galera, Borzaga (2009), Roper, Cheney (2005) järgi).

Kitsama määratluse järgi paikneb sotsiaalne ettevõtlus siiski kindlalt mittetulundussektoris. Kitsam lähenemine tähendab ettevõtlusmeetodite rakendamist tulu teenimiseks ning selle järgi on oluline, et sotsiaalne eesmärk oleks organisatsioonis esmane (Diochon, Anderson 2011).

Teiseks saab definitsioone jagada selle järgi, millistele aspektidele nad peamise rõhu asetavad oma käsitluses. Laias plaanis võib selle järgi jagada definitsioone kolmeks (Galera, Borzaga 2009):

1. sotsiaalsele dimensioonile ja üldiselt ühiskondlikule mõjule keskenduvad;
2. sotsiaalsetele probleemidele just innovatiivsetel ja loomingulistel viisidel lahendamisele keskenduvad;
3. ettevõtluse meetoditele ja ettevõtlikele mudelitele keskenduvad.

Hoolimata erinevustest, üks ühisosa, mis ilmneb sellise jaotuse puhul (ja tegelikult suuremas osas temaatilistes uuringutes), on sotsiaalse ettevõtluse ühiskondlike probleemide lahendamisele keskendunud iseloom. See on kindlasti üks aspekt, mille osas sageli ka praktikud üksmeelele jõuavad.

Kolmandaks võimaluseks definitsioone jagada on seda teha sotsiaalsete ettevõtete eesmärkide järgi (Lyon, Sepulveda 2009):

1. sotsiaalset väärtust loovad;
2. korraga teadlikult nii sotsiaalset kui majanduslikku väärtust loovad (*double bottom line*);
3. korraga nii majanduslikku, sotsiaalset kui veel mingit lisaväärtust loovad (*triple* ja *quadruple bottom line*), näiteks keskkonna jätkusuutlikkust või mõne konkreetse rahvuskultuuri säilimist.

Ainult sotsiaalse väärtuse loomise puhul tekib küsimus, mille baasilt üldse mõnd organisatsiooni saab sotsiaalse ettevõtluse kategooriast välja tõsta. Üldiselt on küll mittetulundussektorit peetud peamiselt sotsiaalse väärtuse loojaks, kuid samal ajal on ka selge, et äriettevõtted seda sageli loovad (Lyon, Sepulveda 2009). Selge on see, et üheainsa kriteeriumi järgi ei saagi sotsiaalset ettevõtlust määratleda.

Paremini sobib teine eesmärgisüsteem, mis võimaldab jätta kõrvale traditsioonilised mittetulundusühendused ning eraettevõtted, mis küll mõlemad loovad nii sotsiaalset kui majanduslikku väärtust, kuid seni, kuni üks neist on kõrvalsaadus, mitte omaette teadlik eesmärk, saab need organisatsioonid sotsiaalse ettevõtluse definitsioonist kõrvale jätta (Roper, Cheney 2005). Sellise lähenemise probleemiks on aga see, et see sisaldab endas ka sotsiaalselt vastutustundlike ettevõtteid (*Corporate Social Responsibility, CSR*) ning ka erinevaid mittetulundusühendusi, kes tegelevad ettevõtlustegevusega, kuid kelle jaoks ei ole ettevõtluse näol tegemist nende peamise sissetulekuallikaga.

Kolmas eesmärgisüsteem eksisteerib ainult empiirilise reaalsuse tõttu, kus on ettevõtteid, kelle puhul peab eristama rohkem kui kahte põhieesmärki. Need ettevõtted vastavad iseenesest üldiselt sotsiaalse ettevõtete definitsioonidele, kuid akadeemilises maailmas peetakse neid siiski eraldiseisvaks mittetulundusühenduste vormiks. (Lyon, Sepulveda 2009)

Erinevaid määratlusi on seega palju ning konsensust üsna vähe. Selles töös kasutab autor aga üht konkreetset definitsiooni, mis eelkäsitatud jaotustes jääb kitsama, rõhuasetuselt ühiskondliku mõju ning nn *double bottom line* omaduste juurde. Täpsemalt kirjeldab tehtud valikut järgnev tabel.

**Tabel 2.** Sotsiaalse ettevõtluse mõistete jaotused ning nende ühisosad.

	Ühiskondlik mõju	Ettevõtlus-tegevus	Innovat-sioon	Lisa-väärtus
<b>Galera ja Borzaga 2009</b>				
1. Sotsiaalsele dimensioonile ja üldiselt ühiskondlikule mõjule keskenduvad.	+			
2. Sotsiaalsetele probleemidele just innovaatilistel ja loomingulistel viisidel lahendamisele keskenduvad.	+		+	
3. Ettevõtluse meetoditele ja ettevõtlikele mudelitele keskenduvad.	+	+		
<b>Lyon ja Sepulveda 2009</b>				
1. Sotsiaalset väärtust loovad.	+			
2. Korraga teadlikult nii sotsiaalset kui majanduslikku väärtust loovad.	+	+		
3. Korraga nii majanduslikku, sotsiaalset kui veel mingit lisaväärtust loovad.	+	+		+

Allikas: autori koostatud.

Selles töös kasutatava definitsiooni üheks otseseks aluseks on Suurbritannia valitsuse dokument nimega “*Social enterprise: strategy for success*” (2002):

Eesti keeles kõlaks see niimoodi: „Sotsiaalne ettevõte on ettevõte, mille peamine eesmärk on sotsiaalne/ühiskondlik ning mille tulud taasinvesteeritakse selle eesmärgi täitmiseks ettevõttesse endasse või ühiskonda, selle asemel, et maksimeerida omanike kasumit.“

Siinkohal on oluline täpsustada, et eestikeelses kirjanduses kasutatakse sageli sõna „ettevõte“ sünonüümsena sõnaga „organisatsioon“. Antud töös tähendab „ettevõte“ ärilise tegevusega tegelevat organisatsiooni ning see on ka eelnevas lõigus väite „sotsiaalne ettevõte on ettevõte“ idee, et sotsiaalne ettevõte on ärilise tegevusega tegelev organisatsioon (erinevalt tavapärasest mittetulundusorganisatsioonist).

Sarnane definitsioon on põhimõtteliselt kasutusel ka Eestis, kus 2011 aasta lõpus sõnastati Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku loomise projekti raames koostöös Eestis iseennast sotsiaalseks ettevõtteks nimetavate organisatsioonide, Heateo Sihtasutuse ning paari valdkonna uurijaga seitse tunnust, mille kaudu defineerida sotsiaalseid ettevõtteid (SEV 2014):

1. Sotsiaalse ettevõtte põhikirjaline eesmärk - sotsiaalse ettevõtte põhikirjaline eesmärk võib olla ükskõik millise ühiskondliku hüve loomine. Selle eesmärgi sõnastus põhikirjas peab olema väga konkreetne, kirjeldades täpselt sotsiaalse ettevõtte ühiskondlikku mõju.
2. Ühiskondliku hüve loomise valdkond - sotsiaalne ettevõte võib tegutseda ükskõik millises valdkonnas.
3. Ühiskondlik mõju - sotsiaalsete ettevõtete jaoks on oluline tegutseda sihipäraselt oma põhikirjalise eesmärgi nimel, sealjuures eesmärgi saavutamise määra regulaarselt hinnates. Üldiselt peaks sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku mõju hindamine ja hindamistulemuste teavitamine olema vabatahtlik ja põhinema heal taval.
4. Sotsiaalse ettevõtte omanik - paljud argumendid toetavad seda, et sotsiaalse ettevõtte asutaja peaks olema ka loodud organisatsiooni omanik, samas selle teema eri tahud vajavad veel arutamist. Ka juhul, kui asutaja on ühtlasi omanik, peaks olema aruandekohustus suunatud ühiskonnale laiemalt.
5. Ettevõtlustulu teenimise viis - ettevõtlustulu teenimise viis ei pea olema seotud sotsiaalse ettevõtte põhikirjalise eesmärgiga, aga tulu ülejäägi paigutamine peab olema põhikirjalise eesmärgiga seotud.
6. Ettevõtlustulu teenimise viisi ühiskonnale kahjulikkuse määr - seadusandluses on valdkondade välistusi teha väga keeruline, sest hinnang kahjulikkusele sõltub hinnangu andja isiklikest väärtustest ja „kahjulikes valdkondades“ võib leida

ka loovaid positiivseid erandeid. Lisaks oleks iga üksiku sotsiaalse ettevõtte ühiskonnale kahjulikkuse hindamine väga ressursimahukas protsess. Üldiselt peaks seda reguleerima hea tava.

7. Avalike teenuste osutamine - riik võib olla teenuse ostja nagu iga teinegi. Seega võib avaliku teenuse pakkumine olla sotsiaalsele ettevõttele kas ainsaks tuluallikaks või üheks mitmete seas.

Nende kriteeriumite järgi võib sisuliselt jääda Suurbritannia definitsiooni juurde, kuna peamiselt on iga kriteeriumi juures toetatud laiemat ja vähem piiravat käsitlust. Seetõttu jäädakse selles töös peamiselt USA ja Suurbritannia käsitluste juurde, mida praegu ka Eestis üldiselt tunnustatakse. Selles töös kasutatakse seega kokkuvõtvalt järgmist definitsiooni sotsiaalse ettevõtluse kohta: „Sotsiaalne ettevõte on ettevõte, mille peamine tegutsemise eesmärk on ühiskondlik.“.

Selle definitsiooni järgi ei ole piiratud ei ühiskondliku hüve loomise valdkond, ettevõtlustulu teenimise viis (ega määr) ega omaniku juriidiline vorm. Samuti ei ole selle definitsiooni puhul ühiskondlik hüve piiratud ainult probleemikeskse lähenemisega, mida varasemalt on Eestis Heateo Sihtasutus levitanud (Pärenson 2011). Olulised on ainult kaks aspekti: 1) tegemist peab olema ettevõtlusega; 2) tegevuse esimene eesmärk on ühiskondlik.

Põhjus, miks selline väheste piirangutega definitsioon selles töös on kasutusele võetud, seisneb ühelt poolt selles, et taolisi kriteeriumeid nagu innovaatus või loominguilisus või sihtgruppide kaasamine on väga keeruline täpselt määratleda ning need on pigem kirjeldused hästi töötavast organisatsioonist, kuivõrd piire määratleva definitsiooni alused. Teiselt poolt võimaldab see läbi viia empiirilist uurimust, kuna Eestis ei ole praegu sotsiaalsel ettevõtlusel juriidilist definitsiooni ning laiem definitsioon võimaldab end praktiliselt kasutada ilma lisakriteeriumite tõttu mööndusi tegemata.

Kokkuvõttes võib öelda, et kuigi sotsiaalse ettevõtluse mõiste osas ei valitse kindlasti selgust ei praktikute ega akadeemikute seas ning erinevates määratlustes panevad teoreetikud rõhku üsna erinevatele aspektidele selle organisatsiooni tüübi kirjeldamisel, siis kokkuvõttes on võimalik jõuda ühe määratluseni, mis sisaldab endas peamisi aspekte, mis eri käsitlustes enamasti kattuvad. Antud kontekstis on see määratlus

järgmine – sotsiaalne ettevõtte on ettevõtte, mille tegutsemise peamine eesmärk on ühiskondlik.

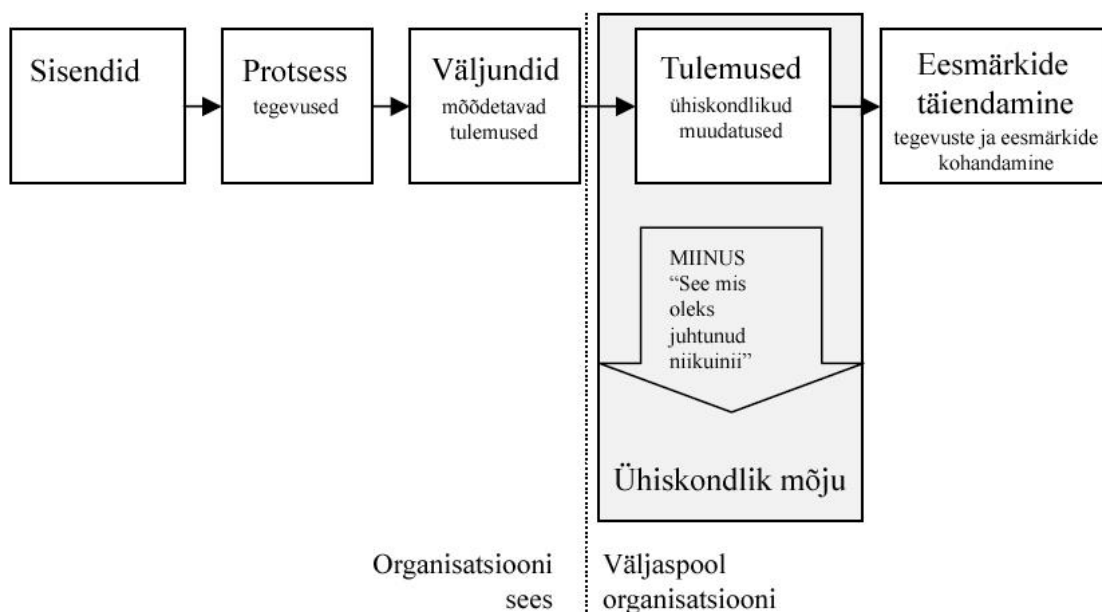
## **1.2. Ühiskondlik mõju ja selle hindamine**

Antud peatükis avab autor kõigepealt ühiskondliku mõju tähendust ning ajaloolist kujunemist läbi erinevate sektorite ja eesmärkide. Lisaks käsitletakse selles peatükis ka olulisemaid näiteid mõju hindamise viisidest ning sellest, mida üht või teist tüüpi meetodiga peamisel saavutada võib ning tahetakse.

Ebrahim ja Rangan (2010) defineerivad üldiselt ühiskondliku mõju läbi olulise ja pikaajalise muutuse inimeste eludes, mis on ellu kutsutud läbi konkreetse tegevuse või tegevuste seeria. Paljud mõju definitsioonid kasutavad loogilist struktuuri, kus organisatsiooni sisendid ja tegevused viivad teatud väljunditeni, mis omakorda viivad tulemuste ja seeläbi mõjuni (Ebrahim, Rangan 2010). Mõju saab omakorda jagada neljaks: soovitud positiivne mõju, soovitud negatiivne mõju, mittesoovitud positiivne mõju, mittesoovitud negatiivne mõju (Mahmoudi et al 2013).

Väljundid on tegevuse tulemused, mida võimalik otseselt/vahetult mõõta, näiteks konkreetsed tegevused või tooted (Buckmaster 1999). Praktikute seas aetakse sageli mõju ja väljundite hindamine segamini. Väljundite kaudu on vastava mudeliga võimalik hinnata ka mõju (Chanchitpricha, Bond 2013), kuid kõik väljundid ei väljenda kindlasti seda. Väljundite ja mõju seost kirjeldab ka joonis 2.

Veelgi täpsemalt saab välja tuua, et mõju on selline organisatsiooni tegevuste tulemus, millest on maha arvestatud muutused, mis oleksid toimunud ka ilma organisatsiooni tegevusteta (Pärenson 2011).



**Joonis 2.** Ühiskondliku mõju väärtusahel (Allikas: Clark et al. 2004, täiendatud Tuuli Pärensoni poolt, omakorda täiendatud autori poolt).

Viimastel aegadel on hakatud mõju mõistet siduma veel ka probleemide algpõhjuse (nn „juurprobleem“) mõistega, mille lahendamine on viis probleemide lahendamiseks, mitte lihtsalt sümptomite leevendamiseks. (Ebrahim, Rangan 2010)

Ettevõtluses on olemas mitmeid võimalusi oma tegevuse efektiivsuse ja tulemuslikkuse mõõtmiseks, hindamiseks ja võrdlemiseks. Kolmandas sektoris on sellised mudelid alles tekkimas ning need ei ole veel nii levinud. Samas on kõigi osapoolte – organisatsiooni enda, partnerite, rahastajate (sh annetajate), riigi ja ühiskonna laiemalt, huvi teada, millist mõju nende organisatsioonide tegevus avaldab (Chanchitpricha, Bond 2013; Franks, Vanclay 2013; Mahmoudi et al 2013).

Mittetulundussektoris – mittetulundusorganisatsioonides, heategevusorganisatsioonides ja sotsiaalsetes ettevõtetes on viimase paarikümne aasta jooksul tekkinud kaks „suurt“ teemat. 1990ndate algusest võeti kasutusele vastutavuse (*accountability*) mõiste (Ebrahim, Weisband 2007), mis tähendas, et rahastajad, maksumaksjad, murelikud kodanikud ning teised mittetulundusühenduste vahetud sihtgrupid hakkasid järjest enam nõudma rohkem läbipaistvust. Taheti teada, kui palju raha kasutati ja milleks, kuidas



toimuvad organisatsioonisisised otsustusprotsessid ning veelgi enam, mida kasutatud rahaga on saavutatud.

Viimastel aastatel on aga hakatud järjest rohkem kasutama uut sõna – mõju (Crutchfield, Grant 2012). Ühiskondliku mõju võib defineerida kui mõõdetavat erinevust inimeste käitumises, mis ilmneb organisatsiooni ja selle erinevate sihtrühmade vastastikmõjus (Pärenson 2011).

Küsimus mõjust on saanud peamiselt tähelepanu USA mittetulundussektoris, vastuseks annetajate, fondide, regulaatorite ja maksumaksjate lihtsale küsimusele „Kas te suudate tõestada, et te midagi muudate?“. Seetõttu on seal toimunud mõtteviisi vaikne muutumine, kus mittetulundusühendused on püüdnud järjest selgemalt tõestada oma tegevuse mõju. Seda läbi terve oma tegevuse loogika, alustades sisenditest ja tegevustest kuni väljundite ja tulemuseni. (Ebrahim, Rangan 2010)

Tähelepanu mõju hindamisele on tõstatunud ühelt poolt rahastajate poolt, kes tahavad teada, kas ja kui palju nende rahastus aitab kaasa probleemide lahendamisele ning kas oleks võib-olla ühiskondlikult kasulikum oma raha suunata mõnele teisele projektile või organisatsioonile. Needsamad rahastajad peavad ka ise andma aru oma investeeringute mõjukuse kohta. Avalikus sektoris on tarvis tõestada maksumaksjate raha mõistlikku ja sihtotstarbelist kasutamist, erasektori filantroobid tahavad näha, et nende annetused ei pea lihtsalt mittetulundusühendusi üleval, vaid seda raha kasutatakse võimalikult efektiivselt reaalse ühiskondliku probleemi lahendamiseks.

Teiselt poolt on paremast mõju hindamisest huvitatud nii traditsiooniliste mittetulundusühenduste kui ka sotsiaalsete ettevõtete juhid, kelle jaoks on oluline oma tegevusi juhtida nii, et neist oleks kõige rohkem ühiskonnale kasu. See omakorda võimaldaks neil oma tegevuste toetuseks ka lisarahastust kaasata. Seda trendi toetab veel omakorda kolmanda sektori järjest kasvav professionaliseerumine, mis tingib huvi tulemuste hindamise ning nii sisemiste kui väliste hindajate järele (Hwang, Powell 2009).

Samal ajal on kasvanud nõudlus mõju hindamise süsteemide järele ka arenguabi valdkonnas, kus need süsteemid on tegelikult ka kõige kaugemale arenenud tänu

suurtele mahtudele ja rahvusvaheliste organisatsioonide huvile. Alates 1950ndatest aastatest on rahvusvahelise arenguabi valdkonnas nähtud erinevaid lähenemisi nii arenguabi mõjude hindamiseks kui ka järelvalvamiseks ja hindamiseks. (Ebrahim, Rangan 2010) Nõudlust on peamiselt suurendanud riikide valitsused ning riikide ülesed arenguabiorganisatsioonid koos rahastajatega (Maailmapank, ÜRO jt).

Erinevate arenguabi mõju hindamise meetodite ülevaatest selgus, et palju kasutatakse mõju hindamiseks võrdlust olukorraga, mis oleks olnud, kui sekkumist (tegevust, mille mõju hinnatakse) ei oleks toimunud. Samuti kasutatakse palju meetodit, kus võrreldakse kaht gruppi inimesi – neid, kelleni mõõdetav tegevus jõudis ning samas algolukorras olevaid inimesi, kelleni tegevus ei jõudnud (Ebrahim, Rangan 2010). See on üks võimalus, kuidas öelda, mis oleks juhtunud, kui sekkumist ei oleks olnud.

Ühiskondliku mõju hindamine (*social impact evaluation*) eraldiseisva uurimisvaldkonnana on tegelikult üsna uus. Alguses (ja osaliselt siiani) nähti seda kui keskkonnamõjude hindamise alajaotust. Tänapäeval on keskkonnamõjude hindamisele lisandunud terviklikum analüüs, füüsilisest, sotsiaalsest ja majanduslikust dimensioonist. (Pärenson 2011)

Taolised kontrollsüsteemid on väärtuslikud, kuna nad juhivad organisatsioonide ja indiviidide käitumist eesmärkide täitmise poole. Peamiselt saavutatakse selliselt töötavad kontrollmehhanismid, kui kasutatakse selgeid mõõdikuid, mis enamasti on kvantitatiivsed ning need omakorda peamiselt rahalistes ühikutes. (Bagnoli, Megali 2011)

Kõige levinumad taolised mudelid ühiskondliku mõju hindamiseks on *social return on investment* (SROI), *best available charitable option* (BACO) ning erinevad ühiskondliku kasu ja kulude suhtarvud (Kramer 2005). SROI abil on võimalik rahaliselt kvantifitseerida sotsiaalse ettevõtte ühiskondlik mõju (Millar, Hall 2012).

Tulundussektoris kasutatakse mitmeid erinevaid tulemuslikkuse hindamise meetodeid, üks peamisi on finantsnäitajad ja -suhtarvud. Neid on kasutatud pikka aega ja kasutatakse siiani ka kolmanda sektori organisatsioonide tegevuste tulemuslikkuse hindamiseks (arvestades, et kõrgem tulujääk võimaldab organisatsioonil investeerida

rohkem oma ühiskondliku eesmärgi täitmisesse), kuid nende kasutatavus varieerib tugevasti erinevate tegevusvaldkondade vahel ning nende võimes ühiskondliku mõju hindamise kontekstis olulist infot edastada on hakatud järjest enam kahtlema isegi rahastavad organisatsioonid. (Anthon, Young 2004). Lisaks on ka selge, et finantsnäitajate abil ei ole võimalik hinnata ühiskondliku eesmärgi täitmist ning selle tulemusena keskendutakse valedale tegevustele. (Ebrahim, Rangan 2010)

Sotsiaalse ettevõtte ühiskondliku mõju hindamine on protsess, mille eesmärgiks on välja selgitada, kui palju üks konkreetne probleem on saanud leevendust ühe konkreetse organisatsiooni tegevuste tulemusel (Pärenson 2011).

Kõik mõju hindamise mudelid eeldavad aga sisendina selget loogikamudelit sellest, kuidas organisatsiooni mõju tekib (vt joonis 1). Samas ei ole paljude mudelitega kaasas metodoloogiat sellise loogikamudeli loomiseks ning see on sageli praktikutele takistuseks mudeli kasutusele võtmiseks.

Sellise loogikamudeli loomine on lihtsam, kui räägime näiteks pikaajaliste töötute tagasi tööturule toomisest või autorehvide metsa alt ära koristamisest - organisatsioon teab, et tema mõju tekib läbi selle, kui mitu pikaajalist töötut on saanud tööle või kui mitu rehvi on metsa alt ära koristatud ning seda saab mõõta mingi regulaarsusega pikka aja vältel. Samas teiselt poolt on näiteks organisatsioone, kes tegelevad demokraatlike põhimõtete või eetilise käitumise propageerimisega, nende organisatsioonide puhul ei ole üldse nii selge, kust täpselt nende mõju tuleb ja kuidas seda mõõta saaks. Seega on väga oluline, et mõju hindamise meetodid sisaldaksid endas ka viise, kuidas nende kasutamiseks kõigepealt oma organisatsiooni mõju loomise loogika mudel välja töötada, et siis selle toimimist meetodi abil hindama asuda (Chanchitpricha, Bond 2013).

Erinevaid mõju hindamise viise ja mudeleid on kokkuvõttes väga palju (vt tabel 3), antud töös on fookus pigem mõju hindamise viiside laiematel kategooriatel, mitte võimalikult paljude meetodite kirjeldamisel ja võrdlemisel. Sellest lähtuvalt võib jagada kõik meetodid skaalale, mille ühes otsas on kvalitatiivsed meetodid ja teises kvantitatiivsed.

**Tabel 3.** Erinevad mõju hindamise meetodid.

Kvalitatiivsem		Kvantitatiivsem	
Hinnatakse ühiskonnas toimunud muutust ning püütakse sellest maha võtta muude tegurite mõju. Alles jääb uuritava organisatsiooni mõju. (Pärenson 2011)	Hinnatakse ainult nn juur-probleemide lahenemist, mitte probleemi sümptomeid (nähtavat osa probleemist). (Ebrahim, Rangan 2010)	Võrreldakse kaht sarnast gruppi, kellest ühe suhtes toimus sekkumine ja teise suhtes mitte. (Ebrahim, Rangan 2010)	Kasutatakse finantssuhtarve (näiteks SROI või BACO). (Kramer 2005)

Allikas: (autori koostatud).

Kokkuvõtvalt võib antud peatüki kohta öelda, et ühiskondlik mõju ning selle mõõtmine on samavõrd mitmekesised ja keerulised küsimused, kui sotsiaalse ettevõtluse täpne määratlemine. Vajadus on selgelt praktikute poolt tõstatunud, peamiselt rahastajate, nii avaliku- kui erasektori institutsioonide, kui ka eraisikutest annetajate poolelt, kuid loomulikult ka sotsiaalsete ettevõtjate endi vajadusest oma organisatsiooni mõju paremini mõista, hinnata ja juhtida. Selleks on arenenud välja aga mitmeid väga erinevaid meetodeid, üsna kvalitatiivsetest (subjektiivne pakkumine selles, mis oleks olukord antud valdkonnas, kui sekkumist ei oleks toimunud) kuni täiesti kvantitatiivseteni (finantssuhtarvud) välja.

### 1.3. Sotsiaalne ettevõtlus Eestis

Järgnevas peatükis avab autor veidi sotsiaalse ettevõtluse taustsüsteemi Eestis. Selle tekke, arenguetaappide ja arengut eest vedavate organisatsioonide kohta. Eesmärgiga mõista paremini, millisesse konteksti paigutuvad need ettevõtted, mida töö empiirilises osas lähemalt uurima asutakse. Täpsemalt on peatüki eesmärgiks saada ka väike ülevaade valdkonna mahtude, peamiste tegevusvaldkondade ning eripärade kohta.

Eestisse jõudis sotsiaalse ettevõtluse mõiste ja idee umbkaudu 15 aastat tagasi peamiselt Suurbritannias toimuva eeskujul. Mitmeid aastaid oli valdkonna eestvedajaks Heateo Sihtasutus, mis toetas sotsiaalsete ettevõtete teket ja arengut läbi eraettevõtetest sponsorite, mentorite ja partnerite vahendamise, konsultatsiooni ja koolituse. Heateo

Sihtasutuse portfellis on olnud näiteks Terve Eesti Sihtasutus, Noored Kooli ja Uuskasutuskeskus (Heateo SA 2014).

2010. aastal tehtud Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku asutamise ettevalmistamiseks tehtud uuringus jõuti järeldusele, et Eesti sotsiaalse ettevõtluse maastik on väga mitmepalgeline. Tüüpilist sotsiaalset ettevõtet kirjeldati kui sotsiaalteenuseid pakkuva, mittetulundusühinguna registreeritud, alla kümne töötajaga ja ettevõtlustulu ning toetusi kombineerivat organisatsiooni. (Lillemets 2010)

Uuringu tulemusena leiti Eestis kokku 56 organisatsiooni, keda võib pidada sotsiaalseks ettevõtteks. Neist 20 olid saanud sotsiaalse ettevõtluse äriplaani toetust Kodanikuühiskonna Sihtkapitalilt ning 2014. aastal ei pruugi mitmed neist enam tegutseda. Sellesse uuringusse kaasatud organisatsioonide kodulehtede analüüsimise ning e-posti teel tehtud küsitluse tulemusel selgus, et 26 organisatsiooni (kellest 20 on mittetulundussektorist ja 6 erasektorist) pidasid end sotsiaalseks ettevõtteks, 5 organisatsiooni ise end nii ei nimetanud ning 25 puhul ei olnud seda võimalik välja selgitada. (Lillemets 2010)

Kodanikuühiskonna Sihtkapital (KÜSK) on Eestis toetanud sotsiaalse ettevõtluse arengut samuti üsna märkimisväärselt. KÜSK on viinud läbi mitu projektivooru alustavate sotsiaalsete ettevõtete äriplaanide loomiseks ja käivitamiseks ning toetanud Eesti esimese sotsiaalse ettevõtluse inkubaatori (SEIKU) käivitamist 2013. aastal Tartus. (KÜSK 2013)

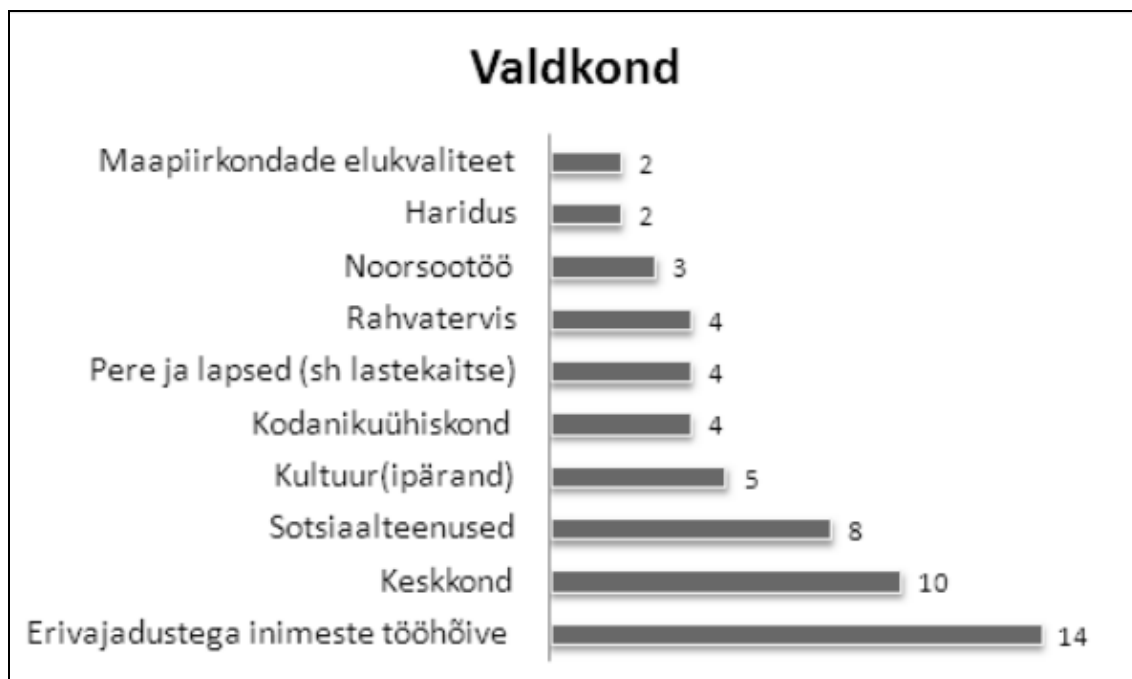
2012. aastal loodi Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik (SEV), asutajateks oli 19 sotsiaalset ettevõtet ning asutamist toetas Kodanikuühiskonna Sihtkapital, mis on Siseministeeriumi haldusalas tegutsev avalik-õiguslik rahastaja kodanikuühiskonna arengu toetamiseks ning asutamisprotsessi vedas katusena eest Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit (EMSL 2014). SEV on asutamisest saadik võtnud enda ülesandeks defineerida sotsiaalse ettevõtluse mõiste Eestis, tegeleda sotsiaalse ettevõtluse riikliku eestkostega (sh eelkõige juriidilise vormi loomise ning rahastamise võimalustega) ning arendada sotsiaalseid ettevõtteid toetavat keskkonda.

Lisaks on SEV võtnud oma eesmärgiks aidata võimalikult paljudel Eesti sotsiaalsetel ettevõtetel oma mõju paremini mõõta. Selle nimel viidi 2013. aastal läbi projekt, mille käigus aidati 8 Eesti sotsiaalsel ettevõttel koostada oma mõju raporteid (SEV 2013). Nende jaoks tehti ühine raporti vorm ning konsultatsioonidega aidati oma mõju mudel ning erinevad näitajad läbi analüüsida ja lihtsasti ning arusaadavalt esitada.

SEV on 2014. aastaks saavutanud Eestis sellise olukorra, kus sotsiaalne ettevõtlus on esmakordselt riiklikes strateegiates ja arengukavades sees ning nii mõnelgi juhul üsna olulise teemana (nt Kodanikuühiskonna Arengukavas, mis 2014 kevadel veel koostamise faasis on). Sellest tulenevalt on saanud sotsiaalse ettevõtluse valdkonna toetamine lisaks KÜSK-ile ka mitmete teiste riiklike organisatsioonide jaoks toetatavaks valdkonnaks (nt EAS).

SEIKU inkubatsiooniprogramm alustas 2013. aastal 30 sotsiaalse ettevõtjaga eelinkubatsiooniprogrammi, milles alustavad ettevõtjad läbisid äriplaani koostamiseks vajaliku koolitusprogrammi, said personaalset nõustamist ettevõtluskonsultandilt ning pidid läbima oma äriplaani kaitsmise komisjoni ees. 8 ettevõtet alustas 2014. veebruaris inkubatsiooniprogrammi, mille eesmärgiks on vähemalt ühe palgalise töökoha loonud, finantsiliselt jätkusuutlikud ning läbimõeldud ühiskondliku mõjuga sotsiaalsed ettevõtted. (SEIKU 2013)

Järgneval joonisel on (joonis 3) Eestis tegutsevate sotsiaalsete ettevõtete jaotus valdkondade kaupa 2010. aastal. Kõige rohkem on sotsiaalvaldkonnas tegutsevaid ettevõtteid, eelkõige erivajadustega inimeste tööhõivega. Samuti on palju keskkonnakaitse või keskkonnahariduse valdkonnaga tegelevaid organisatsioone. Ülejäänud Eesti sotsiaalse ettevõtluse maastik jaguneb üsna võrdselt mitmete teiste teemade vahel – kultuur, kodanikuühiskond, tervis, noorsootöö, haridus jm.



**Joonis 3.** Eesti sotsiaalsete ettevõtete tegutsemisvaldkonnad (allikas: Lillemets 2010).

Eesti sotsiaalset ettevõtlust iseloomustab eelnenud lühiülevaate valguses tugev kallutatus kolmanda sektori poole (Pärenson 2011). See tähendab, et üsna paljud Eesti sotsiaalsed ettevõtted saavad oma tuludest märkimisväärse osa riigi või erafondide toetustest. Sellest lähtuvalt on Eestis võetud üheks indikaatoriks sotsiaalse ettevõtte ettevõtlustulu osakaalu kõigist tuludest.

Näiteks SEV üheks liikmekriteeriumiks on soovitatav ettevõtlustulu osakaal aasta tuludest vähemalt 35%. Sellega püütakse tagada, et sotsiaalsete ettevõtjatena iseennast identifitseerivad organisatsioonid ka tegelikult ettevõtluse kaudu oma tulu teeniksid, mitte projektitoetuste või annetuste kaudu, mille tõttu nad enam ka siin töös valitud sotsiaalse ettevõtluse mõistele ei vastaks. Sellele kriteeriumile ei vasta aga isegi SEV-i praeguste liikmete paljud (SEV 2014). Seega võib öelda, et Eestis ei ole tegelikult antud tööle vastavaid sotsiaalseid ettevõtteid väga palju – selliseid, kes on lisaks oma ühiskondlikule eesmärgile ka reaalselt ettevõtlustulu teenivad ettevõtted.

Kokkuvõttes võib öelda, et sotsiaalse ettevõtluse valdkond on Eestis arenenud üsna jõudsalt. Viimase 15 aasta jooksul on mõiste jõudnud riiki, tekkinud on arvestatav kogus tegutsevaid sotsiaalseid ettevõtteid ning nende variatsioon on juba praegu üsna suur. Riigis on toimiv eestkostevõrgustik, sotsiaalsete ettevõtete inkubaator,

rahastusvõimalused alustajatele ja juba tegutsevatele ettevõtetele ning riik on juba osaliselt samuti tunnustanud valdkonna olemasolu ja olulisust ühiskonna probleemide võimaliku lahendajana. Seega võib teha ka eelduse, et antud teemat maksab uurida ning on ka selge, et sotsiaalse ettevõtluse valdkonna kui terviku mõju Eesti ühiskonnale saab järgnevate aastate jooksul olema järjest suurem.



## **2. ÜHISKONDLIKU MÕJU HINDAMINE EESTI SOTSIAALSETES ETTEVÕTETES**

### **2.1. Uurimismetoodika ja valim**

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida kuidas Eesti sotsiaalsed ettevõtted mõju hindamise temaatikale lähenevad, milliseid meetodeid kasutavad ning kuidas mõju hindamisse laiemalt suhtuvad. Seepärast otsustati uurida ainult suuremaid ja tuntumaid sotsiaalseid ettevõtteid, kelle puhul võis eeldada ka mõju hindamise temaatikaga varasemat kokkupuudet. Et sotsiaalseid ettevõtteid on Eestis üsna vähe, siis ei olnud antud teema avamiseks mõistlik läbi viia küsitlust ja kvantitatiivselt läheneda, vaid meetodiks valiti üks-ühele intervjuud, mille käigus sai iga ettevõtte spetsiifikat lähemalt uurida.

Sotsiaalsete ettevõtete leidmiseks kasutati internetiotsingut ning Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku poolt varasemalt kogutud kontakte. Töösse kaasati sotsiaalseid ettevõtteid võimalikult erinevatest tegutsemisvaldkondadest.

Valik tehti lähtuvalt järgmistest kriteeriumitest:

1. ettevõtte vastab töö teoreetilises osas sõnastatud definitsioonile (sotsiaalne ettevõtte on ettevõtte, mille peamine tegutsemise eesmärk on ühiskondlik);
2. tegemist on iseennast sotsiaalseks ettevõtteks nimetava organisatsiooniga;
3. tegemist on piisavalt kaua tegutsenud, suure, olulise sotsiaalse ettevõttega, et neilt võiks eeldada mõju hindamist.

Valimisse võeti organisatsioonid järgmistest valdkondadest: haridus, tervis, põllumajandus, kultuur, teadus, tehnoloogia, kodanikuühiskond. Autor intervjueeris seitset sotsiaalset ettevõtjat. Kaks ettevõtet olid esialgu veel huvitatud intervjuu andmisest, kuid pärast mitmeid ebaõnnestunud katseid intervjuuks sobivat aega leida

otsustasid siiski ära öelda. Valimis olid valdkonna kõige tuntumad, vanemad ja suuremad organisatsioonid, kelle kaudu oli võimalik saada lisainfot ka teiste samas valdkonnas tegutsevate organisatsioonide kohta (vt tabel 4).

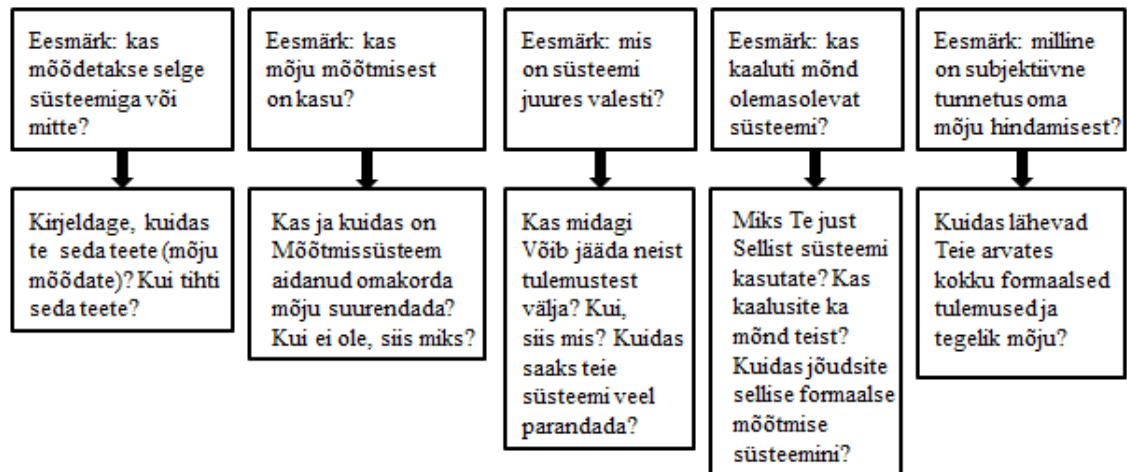
**Tabel 4.** Uuringusse kaasatud sotsiaalsete ettevõtete valim

Organisatsioon	Esindaja	Tegevuse eesmärk
MTÜ Tagurpidi Lavka	Riinu Lepa	Tõsta linnainimese teadlikkust Eestimaise toidu päritolust ja tuua puhas toit linnainimesele lähemale. Toetada puhta talutoidu kasvatamist ja tootmist pakkudes väiketalunikele kauba eest õiglast tasu.
MTÜ Eesti Väitlusselts	Margo Loor	Juurutada mõtteviisi, et ühiskondlikus dialoogis saab määravaks tugevam argument.
SA Domus Dorpatensis	Vilve Pukson	Lahendada Eesti teaduse, kultuuri ja kodanikuühiskonna juurprobleeme.
MTÜ Uuskasutuskeskus	Katriin Jüriska	Tegutseb selleks, et muuta uuskasutamine lihtsaks ja igapäevaseks ning populariseerida seeläbi säästvat tarbimist.
SA Noored Kooli	Kristi Klaasmägi	Luuu keskkond uue liidrite põlvkonna kujunemiseks, kes toovad positiivseid muutusi Eesti haridusse erinevates eluvaldkondades tegutsedes.
MTÜ Tartu Erahariduse Edendamise Selts	Liina Vaher	Toetada peresid elutervete ja väärikate isiksuste kasvamisel, säilitades lapse isikupära, toetades tema individuaalset arengut ja andes vajalikud koostööoskused.
SA Terve Eesti	Keit Fomotškin	Kaasata tööandjad keeruliste rahvatervise probleemide ennetamisse Eestis.

Allikas: autori koostatud

Intervjuude ettevalmistuseks luges autor enne intervjuude toimumist läbi kõigi intervjuueeritavate ettevõtete veebilehtedelt neid tutvustavad tekstid ning püüdis mõista täpsemalt organisatsiooni toimimist. Nende tegutsemise peamist eesmärki, vahendeid selleni liikumiseks, mahtusid ning võimalusel ka nende enda teavitustegevust olemasoleva mõju kohta.

Töös kasutati poolstruktureeritud intervjuusid (vt lisa 1), et uurida sotsiaalsete ettevõtete mõju hindamise ulatust, viise ning juhtide subjektiivset taju mõju osas. Intervjuud kestsid keskmiselt 35-45 minutit ning toimusid ajavahemikus 26.03.2013-20.02.2014. Tulemused lindistati, osaliselt transkribeeriti ja analüüsiti. Küsimuste eesmärgid on ära toodud joonisel 4.



**Joonis 4.** Küsimuste eesmärgid (allikas: autori koostatud).

Intervjuud viidi läbi poolstruktureeritud viisil, see tähendab, et kuigi olid ettenähtud küsimused, siis autor küsis intervjuu jooksul sageli juurde üsna mitu täiendavat küsimust ning uuris teemat sügavamalt. Töö eesmärgi saavutamiseks oli vaja mõista mitte ainult seda, kuidas ettevõtted ideaalis oma süsteeme näevad, vaid kuidas ikkagi tegelikult mõju hindamine organisatsiooni sees igapäevaselt toimib.

Selleks oli aga mitme intervjuu juures vaja küsida juurde teistsuguseid küsimusi – nagu „kas see on ka tegelikult ikkagi nii?“, „kas ka ülejäänud ettevõtte töötajad näevad seda nii?“, „kas vahel teete seda ka kuidagi teistmoodi?“. Antud küsimused andsid ka igal juhul häid tulemusi, sest mitmed intervjuueeritavad tunnistasid pärast neid küsimusi, et tegelikult asjad päris nii ei ole, nagu nad tavaliselt neid kirjeldavad. See aga andis parema aluse täpsemaks sissevaateks ning hilisemaks analüüsiks, hinnanguks ja ettepanekuteks.

Lisaks on oluline intervjuude kohta ära mainida, et töö autor oli isiklikult tuttav nelja intervjuueeritava. Peamiselt läbi varasema koostöö erinevates projektides ning ka SEV-i kaudu. Sellel on kindlasti mõningaid negatiivseid külgi – peamiselt subjektiivsus ja eelnev häälestus, samal ajal võimaldas see aga autori hinnangul kõigepealt intervjuud läbi viia palju avatumalt. Avatum intervjuu tähendas aga kiiremini tavalise esindusjutu lõpetamist ning otsesemalt organisatsiooni tegeliku toimimise ja siseasjadeni minemist. Lisaks võimaldas see (koos intervjuudeks ettevalmistusega) autoril mitmel korral küsida selliseid küsimusi, mida tõenäoliselt neid ettevõtteid ja neid juhte varasemalt mitte tundev inimene ei oleks osanud küsida. Eelkõige nende küsimuste osas, milles räägiti

juhtide subjektiivsest tunnetusest nende organisatsiooni mõju hindamisele ning põhjustest, miks tegelikult nad oma organisatsioonis hindavad mõju asemel väljundeid või üldse mõju hindamisega ei tegele.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et antud töö ambitsiooniks ei ole kvantitatiivne ülevaade kogu sotsiaalse ettevõtluse valdkonna ühiskondliku mõjuga seotud tegevusest, vaid pigem saada detailsem ülevaade oma mõju hindavate ettevõtete meetoditest, põhjustest, miks mõju hinnatakse või hindamata jäetakse, mõju hindamise meetodite rakendatavusest reaalses igapäevases töös ning anda subjektiivne hinnang ettevõtete juhtide poolt organisatsioonide poolt kasutatavate meetodite kohta.

## **2.2. Ühiskondliku mõju hindamise analüüs Eesti sotsiaalsetes ettevõtetes**

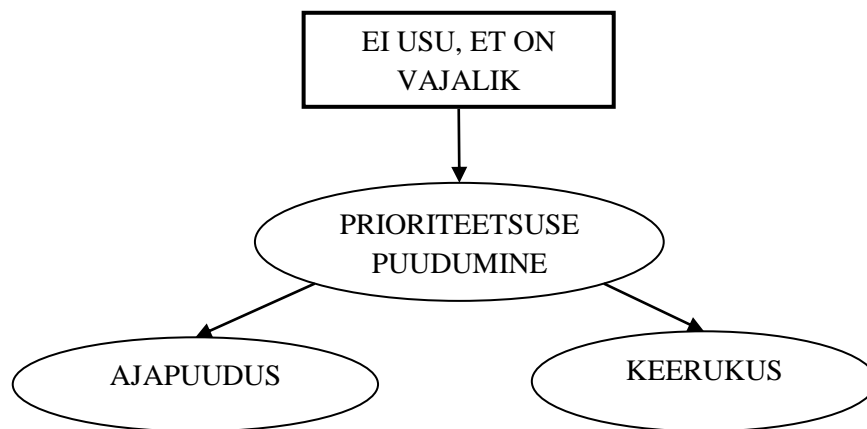
Antud alapeatükis analüüsitakse tehtud intervjuude vastuseid küsimuste kaupa ja otsitakse võimalikke seoseid, erisusi ning ühisosi. Peatüki eesmärgiks on saada üldine ülevaade Eesti suuremate sotsiaalsete ettevõtete mõju hindamise viiside ja suhtumise kohta mõju hindamisega seonduvatesse teemadesse.

Kõik intervjuud algasid kõige lihtsama ja põhimõttelisema küsimusega: „kas te mõõdate oma organisatsiooni ühiskondlikku mõju?“. Selle küsimuse järgi sai peamiselt kujundada ülejäänud intervjuu käiku ning teemade fookust. Intervjueeritud organisatsioonide esindajatest vastasid enamus, aga mitte kõik (2 ettevõtet), et nad mõõdavad oma mõju.

Need kaks ettevõtet, kes ütlesid, et nad oma mõju ei mõõda, tõid välja üsna sarnased põhjused selleks (vt joonis 5) – 1) ajapuudus; 2) keerukus; 3) prioriteetsus ning 4) arusaam vajalikkusest. „*Tundub liiga keeruline ja seetõttu ka liiga töömahukas. Ei ole „ellujäämise“ seisukohalt ka ju kõige olulisem.*“ (Vaher 2014)

Kummagi ettevõtte esindajad tõid välja, et eraldi mõju hindamisega tegelemine eiundu neile põhimõtteliselt vajalik. Pigem leidsid mõlemad, et mingi konkreetse mõju saavutamine on ikkagi esialgu nende organisatsiooni asutamisel eesmärgiks olnud ja

kõik, mida nende organisatsioon teeb, on laias plaanis selle eesmärgi saavutamiseks mõeldud (seda mõtet väljendasid ka mitmed teised intervjuueeritavad). Sellest lähtuvalt panevad nad oma fookuse tegevuste arendamisele. Intervjuu jooksul jõuti ka järeldusele, et oleks olnud hea kohe organisatsiooni alustamise hetkel mõju teemadel rohkem mõelda, pärast aastaid tegutsemist oleks „naljakas“ selliste küsimuste juurde tagasi tulla ja kogu senine töö kahtluse alla panna.

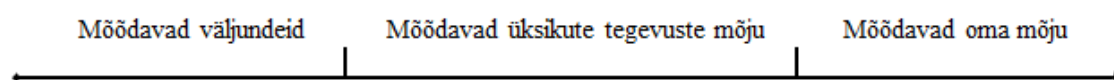


**Joonis 5.** Mõju mittehindamise põhjused (autori koostatud).

Need organisatsioonid tõid ka selgelt välja vajaduse tugistruktuuride järele, kes võiksid aidata sotsiaalsetel ettevõtetel oma mõju hindamise süsteeme luua. Õeldi, et käsiraamatud ja koolitused on küll head, kuid iga organisatsioon on omanäoline ja vajab individuaalset lähenemist. Viidati, et seda rolli võiks täita Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik (SEV). „*Kui SEV sellega aitaks, siis saaksime oma mõju hindamist süstemaatilisemalt teha.*“ (Lepa 2013)

Samas intervjuu edenedes tõid mõlemad enda väitel mõju mitte-mõõtvad ettevõtted välja erinevaid mõõdikuid, mida oma tegevuses regulaarselt või ebaregulaarselt mõõdetakse ja jälgitakse. Neid mõõdikuid võib autori hinnangul nimetada tegevuste väljundite mõõdikuteks ning sisuliselt võib ka need kaks ettevõtet paigutada kokku enda sõnul mõju, aga tegelikult väljundeid hindavate ettevõtetega. Kuigi tegelikult ei ole need sõnad samatähenduslikud, siis antud peatükis kasutab autor sõnu „hindamine“ ja „mõõtmine“ põhimõtteliselt samas tähenduses, kuna praktikud kasutavad neid mõisted segamini ja samale asjale viidates.

Teise küsimuse abil uuriti konkreetsemalt, et juhul kui mõju hindamine ettevõtte väitel toimub, siis kuidas seda tehakse. Ühiskondliku mõju hindamise viisidena joonistus välja kolm varianti: 1) organisatsioonid, mis ütlevad, et hindavad oma mõju, kuid tegelikult mõõdavad vaid konkreetseid väljundeid, ilma süsteemse mõju mudelita; 2) organisatsioonid, kes hindavad mõnede oma tegevuste puhul mõju; 3) organisatsioonid, kellel on olemas terviklik mõju mudel ning kelle mõõdetavad indikaatorid annavad aimu just ikkagi kogu organisatsiooni tegevuse mõjust ühiskonnale (vt joonis 6).



**Joonis 6.** Mõju hindamise sügavus (autori koostatud).

Mõju asemel tegelikult väljundeid mõõtvat (st Buckmasteri (1999) ja Chanchitpricha, Bond (2013) järgi tegevuste tulemusi, mida on võimalik vahetult mõõta) mõju hindamist esines intervjueritud organisatsioonide seas kõige tihedamini. Sageli on tegemist organisatsioonidega, kelle majandustegevus seostub otseselt nende ühiskondliku mõjuga. Näiteks Tagurpidi Lavka või Uuskasutuskeskus, kelle mõlema puhul võib teha üldise järelduse, et mida rohkem kaupa nad müüvad, seda kasulikum ühiskonnale. „Kuna me toimime sellise kauplusena, siis sellisel hästi lihtsal kujul oleme me algusest peale mõõtnud oma mõju selliselt, et mõõdame, kui palju tuleb meil aastas juurde uuskasutajaid ja mõõdame ka seda kasutatud asjade kogust, mis meie kaudu ära müüakse. Kui eelmisel aastal müüisime läbi 140 tonni kasutatud asju, siis vähendasime selle võrra Eesti prügikogust.“ (Jüriska 2013).

Samas on neil puudu selge mudel, mille kaudu mõtestada, kuidas see tegevus reaalseid ühiskondlikke protsesse lühemas ja pikemas perspektiivis mõjutab (ehk mõju mudel). See tähendab, et kuigi teatakse, et mõju on olemas ning seda osatakse mõõta, siis saab seostada seda küsimust Ebrahim ja Rangani probleemide algpõhjuse/juurprobleemi mõistega (mille lahendamine on viis probleemide pikaajaliseks lahendamiseks, mitte lihtsalt sümptomite leevendamiseks) ning öelda, et mõõdetakse siiski pigem sümptomite leevendamist.

Intervjuu käigus selgus, et need ettevõtted toovad välja üsna sarnased põhjused oma mõju hindamiseks väljundite ja mitte mõju hindavate indikaatorite kaudu. Peamise

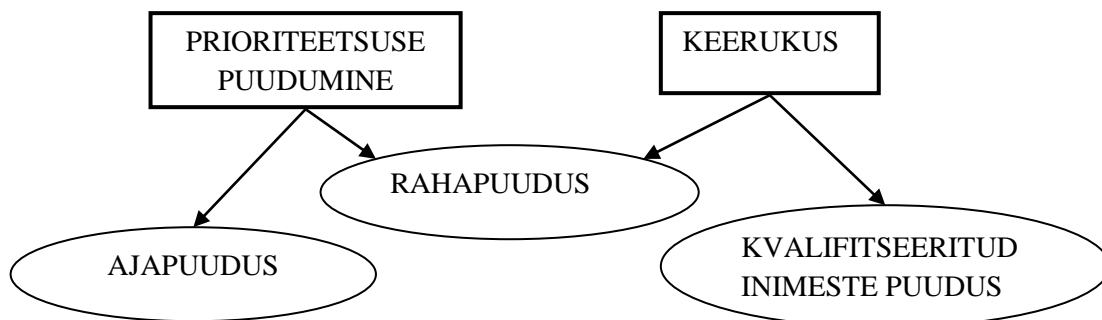
aspektina toodi nende ettevõtete poolt välja keerukust, mis väljendus lähemal uurimisel selles, et ei osatud oma organisatsiooni tegevuse kohta luua mõju mudelit ning see omakorda taandus sellele, et ühiskondlik protsess, mida mõjutada/muuta püütakse oma tegevuse kaudu, on väga keeruliselt mudeldatav ja kvantifitseeritav. Mõned ettevõtted ütlesid ka selgelt välja, et keerukus oleks ületatav, kui oleks ettevõttes selleks piisavalt kvalifitseeritud töötaja või vabatahtlik. Need ettevõtted väitsid ka, et on mõelnud mõne sellise vabatahtliku või ajutise töötaja kaasamist (näiteks kvalitatiivseid uurimismeetodeid valdavate tudengite), kuid selleks ei ole aega olnud.

Sealt edasi jõuti ajapuuduseni, mis väljendus esmalt selles, et olemasolevatel töötajatel/vabatahtlikel on juba niigi suur koormus ettevõtte põhitööga ning seetõttu ei jää kellelgi aega mõju hindamise süsteemi arendamiseks. Ka väliste kvalifitseeritud inimeste kaasamine jäi selle taha, et kaasamine on ajamahukas tegevus ka kaasaja jaoks (kuigi väiksema kuluga, kui töö olemasolevate inimeste abil tegemine).

Üks teema, mis mitmes intervjuus tõstus, oli küsimus ressursside ja eelkõige rahaliste ressursside panustamisest mõju hindamisse. See teema ei olnud otseselt seotud sellega, kas tegemist oli väljundeid mõõtvaga või mõju mittemõõtvaga organisatsiooniga. Need, kes juba väljundite mõõtmisega tegelevad, saavad paremini aru, et mõju hindamiseks on tarvis tegeleda laiemalt valdkonna muutuste (teadusliku) uurimisega ning selle juures kardetakse rahalisi väljaminekuid, mida selliste uuringute tegemine endaga kaasa võiks tuua. Samas on huvitav, et need ettevõtted kes oma mõju hindavad, eraldi rahalisi kulusi oma mõju hindamiseks ei tee (või vähemasti ei toonud seda intervjuude jooksul kordagi välja).

Väljundite hindamisega tegelevate ettevõtete esindajad seda otse küll välja ei öelnud, kuid vastustest võis siiski autori hinnangul välja lugeda, et ajapuuduse argumendi taha peideti prioriteetsuse puudumist (vt joonis 7). See väljendus peamiselt ajateemaliste vastuste esitamise viisis – seda öeldi mitme ettevõtte esindaja poolt väikese muigega hääles, mis justkui viitaks sellele, et saadakse ise aru, et kui teema oleks veidi prioriteetsem, siis tegelikult leitaks selleks ikkagi ka aega.

Samas väljendasid peaaegu kõik intervjueeritavad selles grupis mõju hindamise olulisust ning enamuses olid huvitatud siiski kunagi oma ettevõttes mõju hindamise süsteemi loomisest.



**Joonis 7.** Mõju mittehindamise põhjused väljundeid hindavates ettevõtetes (autori koostatud).

Reaalselt justnimelt mõju hindamist kasutasid Eesti Väitlusselts ja Terve Eesti, kuigi mingil määral võib siia arvestada ka Noored Kooli. Need organisatsioonid olid loonud oma mõju hindamise süsteemi lähtuvalt mudelist, kus nende tegevus on paigutatud suuremasse ühiskondlikku protsessi, mida nad omakorda mõjutada püüavad. „*Mida me oskame mõõta, on see, et kuidas me oma missioonini jõuame.*“ (Loor 2013). Akadeemilisest kirjandusest on nende ettevõtete meetod võrreldav teooria osas välja toodud kvalitatiivsete meetoditega, kus püütakse analüüsida seda, milline oleks olnud olukord valdkonnas ilma antud ettevõtte tegutsemiseta (Ebrahim, Rangan 2010).

Tegelikult on ka neil organisatsioonidel siiski kahtlusi oma mudeli täpsuses ning loogika kindluses ja päris kindlalt nad oma mõju kohta siiski väita ei julge. Peamiselt kaheldakse kolmes asjas: 1) juhul kui mõju on olemas, siis kui suur on nende panus mõõdetavasse ühiskondlikku muutusse; 2) kui suur osa nende panusest on süsteemne ja kui suur juhuslik; 3) kas arvatavad seosed nende organisatsiooni tegevuste ja mõjutatava ühiskondliku protsessi vahel on tegelikkusele vastavad.

Oma mõju mõõtvad ja oma väljundeid mõõtvad ettevõtted jagunesid veel omakorda kaheks selle järgi, kel on mõju hindamiseks töötatud välja formaalne süsteem ning kelle puhul see toimub mitteformaalselt. See tähendab, et nii tegevuste väljundeid kui ka



mõju indikaatoreid hinnati nii formaalse, kui ka mitteformaalse süsteemi kaudu (joonis 8).

Ei mõõda oma mõju	Mõõdavad oma tegevuse väljundeid		Mõõdavad oma mõju
Ei ole süsteemi	Mitteformaalne süsteem	Formaalne süsteem	

**Joonis 8.** Mõju hindamise viisid (autori koostatud).

Formaalsete ja mitteformaalsete süsteemide vahele oli intervjuude põhjal küllalt raske selget eraldusjoont tõmmata. Eristusid andmete kogumise ja analüüsimise ajaline mõõde ning andmete töötlemise ulatus.

Ajaliselt eristusid kolm varianti 1) jooksev regulaarne hindamine; 2) kord aastas hindamine; 3) ebaregulaarne hindamine. Esimesed kaks klassifitseeruvad formaalseteks süsteemideks, kolmas iseloomustab mitteformaalseid mõju hindamise süsteeme.

Iga-aastane hindamine on teiste variantidega võrreldes tavalisem. See on lihtsasti põhjendatav, sest mõju hindamise protsess on ühendatud iga-aastase kohustusliku majandusaasta aruandega. „*Siis on niikuinii vajalik andmeid kokku lüüa ning nende protsesside ühendamise on mõistlik.*“ (Pukson 2013)

Majandusaasta aruandega koos pannakse kas üldkoosolekule või sihtasutuste puhul nõukogule kokku ülevaade möödunud aasta tegevustest ja saavutustest. Siin ei ilmnenud erinevusi mõju hindavate ja väljundeid mõõtvate ettevõtete vahel.

Jooksvalt regulaarselt hindamisi tegevaid ettevõtteid oli vähem. Üks ettevõtte, Eesti Väitlusselts, kogub jooksvalt andmeid, et hinnata mõju: „Need numbrid jooksevad iga kuu mõõdikute andmebaasi, kvartaalselt vaadatakse need üle.“ (Loor 2013). Ülejäänud kaks olid need ettevõtted, kes oma mõju hinnangu kujundavad lähtuvalt oma müügikäibest.

Siit joonistub lisaks ajalisele jaotusele välja ka teine nimetatud erisus – andmete töötlemise ja analüüsi ulatus. Kõigist uuritud ettevõtetest tegeles kogutud andmete põhjalikuma töötlemisega ainult Eesti Väitlusselts, kõik ülejäänud intervjuueeritud

ettevõtted agregeerisid ainult majandusaasta aruandes olevaid andmeid lähtuvalt etteantud nõuetele, kuid oma tegevusväljundeid või mõju mõõdikuid ei töödelnud.

Järgmisena uuriti, kuidas lähevad organisatsiooni juhi subjektiivse tunnetuse järgi kokku nende hindamiste formaalsed tulemused ning mõju, millesse nad ise tegelikult usuvad. Need organisatsioonid, kes püüavad mõõta oma mõju, arvasid üldiselt, et hindamiste tulemused ja tegelik mõju on lähedased.

Lähemal uurimisel tunnistas enamus siiski, et kuna nad ei ole päris kindlad oma mõju mudelis, siis selle võrra on hindamistulemuste ja tegeliku mõju vahekord ebaselge. „*Aga olemasolevate andmete põhjal saab seega meie tegevuste mõju kohta midagi väita, kuid ma olen kindel, et tegelikult on meie mõju mõnevõrra suurem, kui sealt välja tuleb.*“ (Fomotškin 2013).

Siinkohal ilmnes selgem erisus mõju hindavate ja väljundeid mõõtvate ettevõtete vahel. Väljundeid mõõtvate ettevõtete esindajad väljendasid enamasti selgelt, et see, mida mõõdetakse ei ole see, mis on tegelikult organisatsiooni mõju. Korduvalt mainiti 1) pikaajalisemalt ilmnevaid tulemusi; 2) tegevuste ettenägematuid (ja seega mõõdetamatuid) tulemusi; 3) hoiakute, mõtteviiside, väärtuste muutumist, mis võiks ja peaks tingima käitumise muutumise aspektides, millega ettevõtte ise kuidagi kokku ei puutu ja mida nende hinnangul mõõta (hinnata) ei saa.

Vastates küsimusele, mis uuris kas midagi võib jääda mõõdetavatest tulemustest välja, leidsid kõik oma mõju mingil määral formaalselt mõõtvad organisatsioonid, et mingi hulk mõjust jääb praeguse süsteemiga hindamisest välja. Need, kes mõõtsid ka tegelikult mõju, mitte väljundeid, leidsid, et pigem jääb hetkel välja väiksem osa mõjust. Teised leidsid, et hetkel jääb välja üsna palju ning enamasti oskasid välja tuua ka mõne konkreetse näite tegevussuunast, mille mõju on keeruline mõõta. „*Mida me ei tea, on näiteks see, et kui paljud neist, kes meie koolituse läbivad, pärast reaalselt ka selle tulemusi ellu rakendavad.*“ (Fomotškin 2013)

Järgmisena uuriti, kuidas jõuti mõju hindamise süsteemini ning kas selleks on kasutatud ka teaduslikke aluseid. Enamus uuritud organisatsioone on oma mõju hindamise süsteemid loonud laias plaanis ise ning samm-sammult neid edasi arendanud. Teooria

osas väljatoodud meetodeid (Chanchitpricha, Bond 2013; Ebrahim, Rangan 2010; Kramer 2005) uuritud ettevõtteid ei kasutanud. Siinkohal tuli sisse aga üks teistsugune läbiv joon, nimelt on enamus oma mõju mõõtvaid organisatsioone kuidagi seotud Heateo Sihtasutuse tegevusega. Mõned otseselt portfelliorganisatsioonina, teised viidates koolitustele, nõustamisele või nende poolt väljaantud käsiraamatule. Seega võib öelda, et see üks organisatsioon on üsna tugevalt mõjutanud ja suunanud mõju hindamise valdkonnas Eesti sotsiaalseid ettevõtteid.

Edasi uuriti seda, kas ja kuidas on hindamissüsteem aidanud omakorda mõju suurendada ning kui ei ole, siis miks. Sellele küsimusele ei osatud väga hästi vastata. Pigem arvati, et hindamise abil on suudetud oma tegevust välistele sihtgruppidele paremini selgitada ning andnud sissepoole rohkem enesekindlust, et tehakse õiget asja. Terve Eesti on näiteks väga selgelt enda jaoks läbi mõelnud, et kõige olulisem on mõju hindamise tulemusi kasutada eraettevõtetest partnerite jaoks tõestusmaterjalina.

Esialgses intervjuu kavas ei olnud küsimust mõju (ja ka väljundite) hindamise tulemuste kasutamise kohta väljaspool enda organisatsiooni, kuid sellest rääkisid mitmed intervjuueeritavad ise erinevatele küsimustele vastates. Sellest võib välja tuua mõned levinumad kasutused: 1) projektitaotlustes „oodatavate tulemuste“ ja teiste taoliste lahtrite täitmiseks; 2) võimalike vabatahtlike kaasamiseks kasutatavates kommunikatsioonivahendites (voldikud, plakadid); 3) veebilehel kõikvõimalikele huvilistele (sh võimalikele rahastajatele ja eraettevõtetest sponsoritele) oma tegevuse tutvustamiseks.

Küll aga toodi korduvalt välja, et ei osata oma andmeid atraktiivseks teha. „*Need on meil lihtsalt veebilehel üleval, aga ma ei usu, et keegi neid küll loeb. Võib-olla ainult rahastajad.*“ (Pukson 2013). Antud probleemiga on küll 2013. aastast alates tegelenud aktiivselt Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik.

Uurides seda, et kuidas saaks mõju formaalselt mõõtvate organisatsioonide mõju hindamise süsteemi veel kuidagi parandada, selgus, et peamine küsimus oligi see, millest juba paar küsimust varem juttu tehti ehk tegevused, mille mõju praegu mõõta ei osata.

Samuti tunti, et olemasolevad süsteemid on kohati tülikad ja oleks hea, kui neid saaks teha kuidagi lihtsamaks. Need, kelle mõju hindamise süsteem oli pigem väljundeid mõõtev, leidsid, et ühel hetkel sooviks ikkagi liikuda rohkem süstemaatilisema ja terviklikuma arusaamani ühiskondlikest protsessidest, millega nende tegevus kokku puutub. Päris mitmed lisasid siinkohal ka, et nad juba tegelevad sellega praegu, et mõne aasta pärast terviklikum süsteem neil olla võiks, näiteks Uuskasutuskeskus ja Noored Kooli.

Viimasele küsimusele, mille abil püüti leida veel organisatsioone, kes mõõdavad/ei mõõda oma mõju nagu antud organisatsioon, ei osatud paraku hästi vastata. Sellest võib kõigepealt järeldada, et ka organisatsioonid, kes omavahel koostööd teevad, ei vaheta informatsiooni mõju hindamise teemadel. Mõnes intervjuus jõudis vestlus sellest tulenevalt tõdemuseni, et järelkult ei ole see organisatsiooni juhtide arvates nõ „jututeema“, kui oma organisatsioonide tegevustest räägitakse.

Leiti, et selleks on omakorda kaks põhjust. Kõigepealt teatav piinlikkuse ja ebamugavustunne, mida võib seostada sellega, et organisatsioonide juhid teavad, et mõju hindamine on oluline ja ilma selleta on neil raske oma eksistentsi põhjendada, kuid et nende mõju hindamine praegu piisaval tasemel ei toimi, siis ei taheta sellest rääkida avalikult.

Teiseks ei peeta mõju hindamist ikkagi veel nõ „pärisasjaks“. Projektide rahalised mahud või programmides osalejate arv on selgelt arusaadavad tegevusnäidikud ning miski, millest on lihtne rääkida. Mõju puhul peab enne selgitama laiemaid valdkonna protsesse ja toimimise põhimõtteid ning sageli ei tunta end sel teemal lihtsalt väga mugavalt ega arvata ka, et see teisi organisatsioone nii palju huvitaks. Vestluse käigus küll mõned intervjuueeritavad jõudsid järeldusele, et võib-olla peaks siiski seda proovima teha, sest teiste valdkondade parem mõistmine aitab ka ehk oma valdkonnast paremini aru saada.

Kokkuvõtteks võib öelda, et antud peatükis tehtud analüüsi tulemusena jõuti enamasti vastusteni esialgu seatud küsimuste osas. Jõuti järeldusele, et sotsiaalsed ettevõtted jaotuvad mõju hindamise temaatikast lähtuvalt mitmetes aspektides selgeteks gruppideks. Kõigepealt selle järgi, kas üldse mõju hinnatakse. Siis selle järgi, kes oma

sõnul/arvates hindavad oma mõju, kuid tegelikult hindavad hoopis oma tegevuse väljundeid ning kes ikkagi reaalselt mõju hindamisega tegelevad. Mõju hindavad organisatsioonid saab jaotada mõnede tegevuste mõju hindavateks ning kogu organisatsiooni mõjule hinnangut andvateks. Nii mõju kui ka väljundeid hindavad ettevõtted võivad seda teha formaalselt paika pandud süsteemide alusel, kui ka üsna ebasüsteemselt ja ebaregulaarselt. Kasutatakse mõju hindamise tulemusi peamiselt kolmandate osapoolte veenmiseks ning üldiselt on enamus juhte seda meelt, et päris kogu mõju ikkagi nende hindamisprotsess ei kajasta.

### **2.3. Järeldused ja ettepanekud sotsiaalse ettevõtluse mõju hindamise valdkonna arendamiseks**

Teoreetilisest materjalist ning intervjuude analüüsist koorus välja hulganisti erinevaid ideid ja ettepanekuid sotsiaalsete ettevõtete mõju hindamise erinevatele osapooltele – alustavatele sotsiaalsetele ettevõtetele, tegutsevatele sotsiaalsetele ettevõtetele, sotsiaalset ettevõtlust laiemalt toetavatele katuseorganisatsioonidele, riigile, rahastajatele (nii era- kui avaliku sektori) ning ka akadeemilistele uurijatele, kes valdkonnast huvitatud on.

Kõigepealt on peamine soovitus alustavatele sotsiaalsetele ettevõtjatele, et võtta mõju hindamise teema ette kohe alguses ning töötadagi kõigepealt välja oma ettevõtte mõju mudel (st mudel sellest, kuidas antud ettevõtte ühiskonnas lahendada soovitatavat probleemi oma tegevustega mõjutab) ning selle hindamise meetod. Muus osas kattuvad ettepanekud nende ettevõtetega, kes juba tegutsevad, aga veel mõju ei hinda.

Järgmisena ettevõtted ise, kelle võib laias plaanis jagada varasemalt kasutatud kolmesesse jaotusse: 1) neile kes veel ei hinda oma mõju; 2) neile, kes arvavad, et nad hindavad, aga tegelikult mõõdavad peamiselt väljundeid; 3) neile, kes hindavad mõju, aga tahaksid seda teha paremini.

Esimese grupi osas on kõigepealt oluline, et nad saaksid aru mõju hindamise ideest ja sellest lähtuvalt mõistaksid ka oma organisatsiooni vajadust selle järele. Siin tundub aga olevat väga suur roll organisatsioonide juhtidel. Sellele viitasid ka mõned teoreetikud

(Chanchitpricha, Bond 2013). Süsteemselt mõjuga tegelevate organisatsioonide juhtide hoiakust peegeldus väga selgelt, et nad tunnetasid mõju teemat isiklikult väga olulisena ning vedasid seda oma organisatsioonis. Siin ei saa kindlasti põhjapanevaid järeldusi teha, kuid tundub, et juhi isiklik huvi võib vähemalt praeguses Eesti sotsiaalse ettevõtluse arengufaasis, kus väga palju süsteemseid väliseid mõjutajaid ei ole (erinevalt tavaettevõtlusest ja näiteks raamatupidamisstandarditest), olla kõige määravam aspekt organisatsiooni mõjukuse juures. Siinjuures võiks välja tuua veel ka selle, et antud töö kõige süsteemsemalt mõju hindava organisatsiooni (Eesti Väitlusselts) tegevjuht töötas enne sellele ametipositsioonile asumist 6 aastat Heateo Sihtasutuses, nõustas ja aitas teistel sotsiaalsetel ettevõtetel süsteemselt areneda ja ka mõju hinnata (EVS 2014). Sellel on aga ilmselgelt tugev mõju tegevjuhi käitumisele olnud ning on organisatsiooni süsteemse mõju hindamise jaoks on ilmselt raske alahinnata tema isikliku initsiatiivi rolli.

Kui huvi on olemas, siis väljatoodud takistustest jäävad alles prioriteetsus, ajapuudus ja keerukus. Esimese kahe osas on kõigepealt kindlasti oluline põhimõte, et kui midagi tõesti oluliseks peetakse, siis tehakse see prioriteediks (ja selle arvelt jäetakse midagi muud ajutiselt tegemata) ning siis on omakorda selle tegemiseks ka aega.

Sageli on aga kolmanda sektori organisatsioonide puhul probleemiks see, et palgaliste töötajate puhul tähendab tööaeg sihtfinantseeritud projektide kaudu vaid ettenähtud tegevusi (ja sageli ollakse korraga mitmes projektis palgal ning ülekoormatud). Siin on kõigepealt variant kasutada ära võimalusi, mida pakuvad erinevad rahastajad. Eestis ei ole hetkel otseselt ühiskondliku mõju hindamise süsteemi väljatöötamiseks mõeldud rahastusvooru, kuid on mitmeid tegevusvõimekuse kasvatamise projektivoore (KÜSK 2013). Need võimaldavad osalise ajaga mõned oma töötajad panna tegelema puhtalt mõju hindamise teemaga. Sellist lahendust olid kasutanud ka mõned intervjuueeritud ettevõtted.

Samamoodi saavad ka väljundeid hindavad ettevõtted kasutada tegevusvõimekuse kasvatamise projektivoore, et rahastada oma väljundipõhise süsteemi arendamist mõju mudeli järgi mõju hindamise süsteemiks. Sellest hetkest alates tuleb mängu mõlema grupi ettevõtete jaoks keerukuse aspekt. Ka siin on mitmeid lahendusi.

Alustuseks on võimalik kasutada erinevates vormides üliõpilasi oma valdkonna põhjalikumaks uurimiseks. Üliõpilasteni võib jõuda, võttes ühendust vastava valdkonna eriala tudengitega, kuid sageli ei pruugi MTÜ-l olla väga head ettekujutlust sellest, millise akadeemilise valdkonna alla tema tegevusvaldkond paigutub või kuidas täpselt seda uurima peaks.

Siin võiks ära kasutada Balti Uuringute Instituudi all tegutsevat Teadusturgu, mille eesmärgiks on olla see kokkupuutepunkt, mis viib omavahel kokku MTÜd ja teadlased/üliõpilased, otsides vastuseid MTÜde poolt püstitatud küsimustele. Teadusturu kaudu on võimalik leida tudengeid, kes võiksid oma uurimis- või lõputöö raames analüüsida nii olemasolevaid andmeid, kui viia ka läbi mahukamaid uuringuid, mille käigus kogutakse ise uued andmed ja analüüsitakse neid. Et aga mõju hindamiseks ei piisa vaid ühekordsest valdkonna uuringust, siis Teadusturu kaudu on võimalik ka pikema perioodi jooksul erinevatel tudengitel perioodiliselt uuesti valdkonda uurida lasta. Üks intervjuueeritud ettevõtte oli sellist oma valdkonna uurimise viisi kasutanud ning oli sellega pigem rahul.

Vahel on aga valdkonna uurimiseks vaja professionaalsemat uurimistööd teha. Sellisel juhul on näiteks võimalik taotleda Kodanikuühiskonna Sihtkapitalist uuringute tegemiseks eraldi projektitoetust, mille kaudu on lubatud osta sisse teenus mõnelt uuringufirmalt või kõrgkoolilt (KÜSK 2013). Sarnaseid toetusmeetmeid on ka mitmel ministeeriumil ning Euroopa Liidu rahastusmehhanismil.

Seda tüüpi organisatsioonide osas on omaette küsimus muidugi ka see, et kas on kindlasti tarvis olemasolevaid mõõdikuid keerulisemaks ajada, et kindlalt just mõju hindama hakata. Mitu organisatsiooni leidsid, et väljundite hindamine ongi mõistlik ning edasised pingutused ei annaks enam olulist lisaväärtust.

Siinkohal ongi ilmselt mõistlik lähtuda organisatsioonide igapäevasest reaalsusest, ka akadeemiline kirjandus toob hindamise peamiste praktiliste põhjustena välja välised osapooled nagu annetajad, erarahastajad või riigi (Franks, Vanclay 2013; Galera ja Borzaga 2009; Roper ja Cheney 2005) – seni kuni organisatsioonil ei ole nende sihtgruppidega probleeme, siis ei olegi ehk ilmingimata vaja veel väljundite asemel mõju hindama hakata.

Mõju veel mitte hindavatele ettevõtetele andsid nõuandeid ka intervjueeritavad mõju hindavatest ettevõtetest. Kõige läbivamalt toodi välja, et tegemist ei ole millegi keerulisega ning et alguses on hea kui keegi väljastpoolt organisatsiooni aitaks. Viidati Heateo Sihtasutuse poolt väljaantud mõju hindamise käsiraamatule ning Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustikule, kui nõuandvale ja toetavale organisatsioonile (Loor 2013; Fomotškin 2013).

Neile ettevõtetele, kes juba oma mõju mõõdavad, on oluliselt keerulisem ettepanekuid teha. Üks, mida kindlasti on võimalik paremini korraldada, on andmete kogumise pidev lihtsustamine ja regulaarsete süsteemide loomine. Mõnes organisatsioonis töötavad need süsteemid poolautomaatselt ning usutavasti on sarnaseid süsteeme võimalik sisse viia ka teistes organisatsioonides. Selle jaoks ongi ilmselt kõige lihtsam alustada sellest, kuhu intervjuude viimane küsimus viis – ehk sotsiaalsete ettevõtete juhid võiksid omavahel rääkida mõju teemadest ning jagada üksteisega kogemusi ja meetodeid, mida üks või teine organisatsioon on juba katsetanud. Kokkuvõtvalt on erinevas arenguetapis olevatele sotsiaalsetele ettevõtetele esitatud ettepanekud esitatud järgnevas tabelis 5.

**Tabel 5.** Ettepanekud erinevat tüüpi mõju hindamisega ettevõtetele

<b>Mõju hindamise viis</b>	<b>Ettepanekud seda tüüpi ettevõtetele</b>
Ei hinda oma mõju	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uurida mõju hindamise teema kohta, et mõista selle olulisust;</li> <li>• ettevõtte juhil võtta teema osas initsiatiiv;</li> <li>• teha mõju hindamine prioriteediks;</li> <li>• rahastamiseks kasutada tegevusvõimekuse kasvatamise rahastusvoore (KÜSK);</li> <li>• kasutada üliõpilasi valdkonna uurimiseks;</li> <li>• Teadusturg;</li> <li>• Uuringute toetust kasutada (KÜSK);</li> <li>• Mõju hindamise käsiraamat.</li> </ul>
Hindab oma tegevuse väljundeid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rahastamiseks kasutada tegevusvõimekuse kasvatamise rahastusvoore (KÜSK);</li> <li>• teha mõju hindamine prioriteediks;</li> <li>• kasutada üliõpilasi valdkonna uurimiseks;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teadusturg;</li> <li>• Uuringute toetust kasutada (KÜSK).</li> </ul>
Hindab oma tegevuse mõju	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andmete kogumise lihtsustamine;</li> <li>• regulaarsete süsteemide loomine;</li> <li>• kogemuste vahetamine teiste sotsiaalsete ettevõtetega.</li> </ul>

Allikas: autori koostatud.

Sotsiaalset ettevõtlust laiemalt arendavatele ja toetavatele organisatsioonidele võiks antud töö raames teha kolm ettepanekut, mis võiksid toetada mõju hindamise valdkonna arengut.

Kõigepealt võib järeldada, et enamus Eesti sotsiaalsetest ettevõtjatest on küll teadlikud mõju hindamise teematikast, kuid ei ole tegelikult veel mõistnud selle olulisust ja selle vajalikkust. See ongi esimene asi, mida laiemad katusorganisatsioonid nagu Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik või Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit võiksid teha – edendada sotsiaalsete ettevõtete seas ideed, et mõju on oluline. Seda läbi kooolituste, kirjutiste ja muu kommunikatsioonitegevuse, mis oleks suunatud otse sotsiaalsetele ettevõtjatele. Oluline on, et sotsiaalsed ettevõtted mõistaksid, et mõju hindamine ja selle näitamine tugevdab nende positsiooni ka rahastajate seas (Millar, Hall 2012).

Teine ettepanek on, et mõjutada kolmandaid osapooli – nagu rahastajad või annetajad – oskama küsida just mõju kohta ja selle järgi tegema oma rahastamisotsuseid. Just kolmandate osapoolte nõudmine on kõige parem viis motiveerimaks ettevõtteid oma mõju lähemalt uurima ja seda väljapoole teavitama (Fomotškin 2013; Diochon ja Anderson 2011). Need nõudmised ei peaks kindlasti sündima kiiresti ja kohe kõigile sotsiaalsetele ettevõtetele kehtima, vaid samm-sammult, et kõik need, kes veel mõju ei hinda, jõuaksid rahulikult leida endale sobivad toetusmehhanismid ja tugistruktuurid, mille abil oma organisatsiooni mõju mudel välja töötada, mõõtmis- ja analüüsisüsteemid üles ehitada ning esimest korda mõju hindamist oma ettevõttes katsetada.

Kolmandaks on oluline, et katusorganisatsioonid paneksid rohkem fookust sellele, et toetada sotsiaalsete ettevõtete püüdlusi oma mõju avalikkusele tutvustamise osas –

esiteks aitaks see neid ettevõtteid, kes oma mõju püüavad välja näidata, teiseks julgustaks see omakorda neid ettevõtteid, kes veel oma mõju ei mõõda.

Siit tulenevad ka peamised ettepanekud riigile ja riiklikele rahastajatele. Selle asemel, et küsida projekti- või tegevustoetuse vormides tegevuste, tulemuste ja väljundite kohta, oleks tarvis välja töötada üldtunnustatud mõju hindamise metodoloogia.

Iga taotlev organisatsioon peaks rahastuse saamiseks kõigepealt kirjeldama taotluses 1) millist mõju antud projekt või tegevusperiood peaks saavutama; 2) milline on seis antud valdkonnas enne tegevuste alustamist; 3) milline peaks olema seis pärast tegevuste lõppu; 4) kuidas plaanitakse seda muutust hiljem hinnata (sh milliseid andmeid koguda ja kuidas). Sellised nõudmised kolmanda sektori põhirahastajate poolt võiksid anda üsna tugeva tõuke mõju hindamise metodoloogia arengule Eestis ning luua ka tugeva eelduse mõju hindamise saamiseks taoliseks sektori standardiks nagu tavaettevõtluses on saanud raamatupidamine.

Riiklike rahastajate jaoks on ennekoike oluline reaalne saavutatav mõju, sest see on see, mida riiklikud rahastajad on volitatud kogutud maksuraha eest tegema. On ka teada, et mitmed ministeeriumid on viimaste aastate jooksul hakanud huvituma sotsiaalse ettevõtluse valdkonna kaudu ühiskondliku mõju hindamise teemadest ning nende meetodite rakendamisest ka avaliku sektori tegevuste raames (Lepa 2013). Seetõttu mõju hindamise metodoloogia arengu tekitamine läbi rahastamise tingimuste võiks olla riiklikele osapooltele sobiv.

Erarahastajad on sageli huvitatud aga hoopis teistsugustest aspektidest. Kuigi paljud eraettevõtted, kes on koondunud Vastutustundlike Ettevõtete Foorumi katuse alla ning keda iga-aastaselt reastatakse edetabelisse selle järgi, kes kõige rohkem on oma tegevuse vastutustundlikkust arendanud, siis paratamatult on need eraettevõtted samal ajal huvitatud oma müügi ja kasumi kasvatamisest.

Siin on aga olemas võimalik ühine huvi: nimelt on müüki võimalik eraettevõtetel läbi sponsorluse kasvatada, kui seda tegevust on võimalik turundustegevuse kaudu võimalikele klientidele tutvustada (Choi, Kim 2013). Ka siin on efektiivsem tutvustada justnimelt organisatsiooni tegevuse lõppmõju, mitte pelgalt tegevuste loendit. Mõju on

lõpeks arusaadavam ja selgem kui keerukad programmid ja projektid, mida tavaliselt tutvustatakse. Choi ja Kimi järgi on oluline ka sotsiaalsel ettevõttel tõestada, et tema pakutud toode/teenus on kvaliteetne ning selle osas saab tuntud eraettevõttega ühine turundus kaasa aidata positiivselt.

Sotsiaalsetel ettevõtetel oleks sellise ühistegevuse vastu aga mitmekülgne huvi – ühelt poolt on see võimalus, kuidas kaasata oma rahastamise mudelisse erasponsorlust, teiselt poolt (ja see on sageli isegi olulisem) ei ole enamasti pigem väikeettevõtetest sotsiaalsetel ettevõtetel väga suurt turunduseelarvet ning võimalust laiemate sihtgruppideni jõuda.

Suurem eraettevõttest sponsor võib aga omaenda vastutustundliku tegevuse tutvustamise kaudu anda ka väga laia kõlapinna toetatavale sotsiaalsele ettevõttele ning võimaldab seekaudu leida uusi annetajaid, teisi eraettevõtetest toetajaid ja vabatahtlikke. Sedasorti koostööd viljelevad intervjueeritavatest Terve Eesti ja Noored Kooli, kel on mõlemal hulganisti suurettevõtetest partnereid, kes aitavad nii rahastuse poole pealt, kui sotsiaalkampaaniatega. Kokkuvõtvalt on ettepanekud erinevatele huvigruppidele mõju hindamisega seoses esitatud alljärgnevas tabelis 6.

**Tabel 6.** Ettepanekud teistele huvigruppidele.

Huvigrupp	Ettepanekud
Sotsiaalset ettevõtlust toetavad organisatsioonid	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mõju hindamise olulisuse levitamine sotsiaalsete ettevõtete seas (läbi koolituste, kirjutiste);</li> <li>mõju hindamise olulisuse levitamine kolmandate osapoolte seas (rahastajad, annetajad);</li> <li>toetama sotsiaalsete ettevõtete püüdlusi oma mõju kommunikeerida.</li> </ul>
Riik ja riiklik rahastaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Töötada välja üldtunnustatud mõju hindamise metodoloogia;</li> <li>projektirahastuse voorude taotlusvormides küsida mõju hindamise kohta.</li> </ul>
Eraettevõttest sponsor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toetades sotsiaalseid ettevõtteid, teha ühist kommunikatsiooni (CSR).</li> </ul>

Allikas: autori koostatud.

Viimaks saab teha mõned ettepanekud ka võimalikele tulevastele sotsiaalse ettevõtluse valdkonna uurijatele. Antud töös ilmnes vajadus lähemalt uurida mõju hindamise ja mõju kasvatamise seoste kohta – ühegi intervjuueeritud ettevõtte esindaja ei leidnud, et nad oleks mõju hindamise tulemusena oma mõju kasvanud. Lõpuks on kõigi osapoolt eeldus, et mõju hindamine peaks andma väärtuslikku informatsiooni ka selle kohta, kuidas mõju kasvatada, kui esialgsed tegevused tegelikult oodatud mõju kaasa ei too. Tegelikult selle kohta väga kindaid tõendeid ei ole, pigem on tegemist intuitiivse eeldusega.

Teise teemana oleks vajalik edasi uurida mujal maailmas praktikute poolt kasutatavaid mõju hindamise metodoloogiaid ning nende mõju nende ettevõtete rahastusele, annetustele ja vabatahtlike kaasamise võimekusele. Siinkohal on ka ilmselt mõistlik eeldus, et erinevad mõju hindamise viisid mõjutavad omakorda neid sihtgruppe erinevalt ning on erinevalt kommunikeeritavad. Seega võib ka omakorda olla põhjust eeldada, et erinevat tüüpi tegutsemisstrateegiaga sotsiaalsed ettevõtted võiksid kasutada erinevaid mõju hindamise meetodeid ka oma strateegiast lähtuvalt. Seda oleks aga vaja uurida.

Viimaseks, selle töö tegemise jooksul alustas Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik aktiivselt mitmete organisatsioonide toetamist nende mõju hindamise raportite tegemiseks. Nende raportite kasutamisest tulenevat kasu neile organisatsioonidele endale (nii mõju kasvatamise kui kolmandate osapoolte veenmise osas) kui ka valdkonnale laiemalt võiks uurida, et mõista, kas taolist toetustegevust võiks ka edaspidi ja suuremas mahus Eestis teha.

Üldjoontes võib öelda, et töö lõpptulemusena on tehtud analüüsi järgi võimalik teha mitmeid ettepanekuid erinevatele sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku mõju hindamisega tegelevatele osapooltele ning nende rakendamine võiks eelduste kohaselt aidata kaasa antud valdkonna arengule.

## KOKKUVÕTE

Antud töö raames uuritud teoreetiliste käsitluste analüüsist selgus, et kuigi sotsiaalse ettevõtluse määratlused varieeruvad üsna palju, siis ühisosana selgusid kaks aspekti: sotsiaalne ettevõtte tegeleb ettevõtlustegevusega ning tema tegutsemise peamine eesmärk on ühiskondliku mõju avaldamine. Laiemad definitsioonid sisaldavad ühelt poolt klassikalisi MTÜ-sid ja teiselt poolt sotsiaalselt vastutustundlikke ettevõtteid. Kitsamad määratlused jätavad aga üldise konsensusega võrreldes välja ühe või mõlemad neist kahest nimetatud aspektist.

Mõju ja selle hindamise käsitluste uurimisest selgus, et mõju hindamise valdkond on saanud alguse keskkonnamõjude ja arenguabi efektiivsuse hindamise vajadusest. Sealt edasi on hakanud ka kolmanda sektori rahastajad (nii riiklikud, erafondid kui ka annetajad) järjest rohkem küsima MTÜ-delt ja hiljem sotsiaalsetelt ettevõtetelt nende tegevuse tulemuslikkuse kohta. Kõigepealt taheti rohkem läbipaistvust ning informatsiooni selle kohta, mida ettevõttele antud rahaga tehakse, kui palju sellest jõuab abivajajateni ja kui efektiivselt raha kasutatakse. Alles järgmise sammuna hakati huvi tundma mõju kohta, st loodud muutuse kohta selles valdkonnas, milles tegutsetakse. Veelgi spetsiifilisemalt selle osas, kui suurt mõju avaldab organisatsiooni tegevus valdkonna juurprobleemide lahendamisesse.

Töös anti ka lühike ülevaade sotsiaalse ettevõtluse valdkonnast Eestis. Selgus, et Eestis on umbkaudu poolsada sotsiaalset ettevõtet ning nad tegutsesid enamjaolt erivajadustega inimeste tööhõive, keskkonnakaitse, sotsiaaltöö, kultuuri ja kodanikuühiskonna valdkondades. Suurt rolli Eesti sotsiaalse ettevõtluse valdkonna arengus on mänginud kolm organisatsiooni – Heateo Sihtasutus, Kodanikuühiskonna Sihtkapital (KÜSK) ning Sotsiaalsete Ettevõtete võrgustik (SEV). Heateo SA valdkonna algatamisega Eestis ja mitmete oluliste sotsiaalsete ettevõtete loomise kaudu, KÜSK sotsiaalse ettevõtlusega alustamise projektivoorude ja SEV-i loomise toetamise kaudu

ning SEV valdkondliku eestkoste ja toetusmehhanismide arendamise kaudu. Lisaks on ka 2013. aastal asutatud sotsiaalse ettevõtluse inkubaator SEIKU avaldanud teatud mõju valdkonna arengusse ja kasvu.

Töö empiirilises osas viidi läbi 7 intervjuud Eesti suuremate ja edukamate sotsiaalsete ettevõtete juhtidega, et uurida lähemalt, kas ja kuidas nad oma organisatsioonis mõju hindavad. Valitud sai kvalitatiivne lähenemine, kuna Eestis ei ole väga palju sotsiaalseid ettevõtteid ning töö eesmärgist lähtuvalt sooviti teada eelkõige seda, kuidas sisuliselt mõju hindamisega sotsiaalsetes ettevõtetes tegeletakse.

Intervjuude analüüs tõi välja mitmed huvitavad järeldused. Kõigepealt selgus, et uuritud ettevõtted võib üldiselt jagada mõju hindamise seisukohalt kolmeks: 1) ettevõtted, kes oma mõju ei hinda; 2) ettevõtted, kes enda sõnul hindavad mõju, kuid tegelikult mõeldavad oma tegevuse väljundeid; 3) ettevõtted, kes hindavad oma mõju. Mõju hindavad ettevõtted jagunesid omakorda kaheks – ühed, kes hindasid ainult mõningate oma tegevuste mõju ning teised, kes hindasid kogu organisatsiooni mõju.

Selgus, et mõju ei hinnata peamiselt sellepärast, et seda ei peeta piisavalt vajalikuks organisatsiooni toimimise jaoks ning sellest lähtuvalt ei ole mõju hindamine ka ettevõtte jaoks piisavalt prioriteetne.

Mõju või väljundeid hindavad ettevõtted jagunesid omakorda kaheks selle järgi, kas mõju/väljundite hindamiseks eksisteeris organisatsiooni sees formaalne süsteem või tehakse seda pigem vabamas vormis. Formaalsed süsteemidega organisatsioonid tegelesid andmete kogumisega ja analüüsiga regulaarselt, teised pigem lähtuvalt vajadusest. Mõju hindamise süsteemide kohta selgus, et ükski ettevõtte ei olnud oma süsteemi väljatöötamise juures kasutanud mõnd varasemalt väljatöötatud mudelit, vaid olid oma süsteemi ikkagi iseseisvalt välja töötanud.

Intervjuude tulemusena selgus ka tõik, et ükskõik millist mõju või väljundite hindamise süsteemi ettevõtte kasutas, tundsid ettevõtte juhid ise ometi, et mingi hulk nende organisatsiooni mõjust jääb hinnangute tegemisel siiski välja. Õnneks leiti, et pigem jääb vaatluse alt välja tegevuse väiksem osa.

Mõju hindamise tulemuste kasutamise osas selgus, et neid ei kasutata peamiselt oma organisatsiooni potentsiaalse mõju kasvatamiseks, vaid üldiselt kommunikatsioonitegevusteks ning võimalike rahastajate veenmiseks oma tegevuse mõjukuse osas. Sellest tuleneb ka üks antud töö peamistest järeldustest, et kolmandad osapooled peaksid mõju hindamise valdkonna arengu jaoks rohkem nõudma sotsiaalsetelt ettevõtetelt oma mõju tõestamist ja näitamist.

Teised peamised järeldused ja ettepanekud empiirilisest tööst olid järgnevad: alustavatel sotsiaalsetel ettevõtetel tuleks kohe alguses oma ühiskondliku mõju ja selle hindamise mudel välja töötada; tegutsevatel sotsiaalsetel ettevõtetel tuleb pidada silmas, et juhtide isiklik initsiatiiv on üks olulisemaid faktoreid mõju hindamise osas; mõju hindamine prioriteediks seadmine organisatsioonis aitab lahendada aja- ja ressurssi puudust; sotsiaalsetele ettevõtetele on mitmeid abistajaid, kelle toel on oluliselt lihtsam oma mõju hinnata (sh tudengid, Balti Uuringute Instituut, SEV ning KÜSK rahastus) ning viimaks, sotsiaalse ettevõtluse akadeemiliselt uurijatele küsimus selle kohta, millised on seosed mõju hindamise ja selle kasvatamise vahel.

Võib öelda, et antud töö raames saadi vastused alguses esitatud olulisematele uurimisküsimustele – sotsiaalse ettevõtluse ja mõju hindamise määratluste, Eesti sotsiaalse ettevõtluse olukorra ning Eesti sotsiaalsete ettevõtete mõju hindamise viiside kohta. Samuti jõuti väärtuslike nõuanneteni mitmetele ühiskondliku mõju hindamise osapooltele.

## VIIDATUD ALLIKAD

1. **Anthony, R. N., Young, D. W.** (2004). „Financial Accounting and Financial Management“. The Jossey-Bass Handbook of Nonprofit Leadership and Management, 2nd Edition. pp. 240.
2. **Bacq, S., Janssen, F.** (2011). „The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria.“. Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal. pp. 373-403.
3. **Bagnoli, L., Megali, C.** (2011). "Measuring Performance in Social Enterprises". Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 40.
4. **Buckmaster, N.** (1999). "Associations between outcome measurement, accountability and learning for non-profit organisations". International Journal of Public Sector Management, Vol. 12, No. 2. pp. 186-197.
5. **Chanchitpricha, C., Bond, A.** (2013) "Conceptualising the effectiveness of impact assessment processes". Environmental Impact Assessment Review 43. pp. 65–72.
6. **Choi, E. J., Kim, S-H.** (2013) "The Study of the Impact of Perceived Quality and Value of Social Enterprises on Customer Satisfaction and Re-Purchase Intention". International Journal of Smart Home Vol. 7, No. 1. pp. 239-251.
7. **Crutchfield, L., McLeod-Grant, H.** (2012). "Local Forces for Good". Leland Stanford Jr. University. Stanford Social Innovation Review.
8. **Dart, R., Clow, E., Armstrong, A.** (2010). "Meaningful difficulties in the mapping of social enterprises". Social Enterprise Journal, Vol. 6, No. 3. pp. 186-193.



9. **Dees, J. G.** (2001). "The meaning of "Social Entrepreneurship". Center for the advancement of Social Entrepreneurship, Fuqua School of Business, Duke University, Durham, NC.
10. **Dholakia, N., Dholakia, R. R.** (1975). "Marketing Planning in a Social Enterprise A Conceptual Approach". *European Journal of Marketing*, Vol. 9. pp. 250-258.
11. **Diochon, M., Anderson. A. R.** (2011). "Ambivalence and ambiguity in social enterprise; narratives about values in reconciling purpose and practices". *International Entrepreneurship and Management Journal* 7, pp. 93–109.
12. **Ebrahim, A., Rangan, K.** (2010). "The Limits of Nonprofit Impact: A Contingency Framework for Measuring Social Performance". Social Enterprise Initiative, Harvard Business School.
13. **Ebrahim, A., Weisband, E.** (2007). "GLOBAL ACCOUNTABILITIES: Participation, Pluralism and Public Ethics". Cambridge University Press.
14. **EMSL** (Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit). [<http://ngo.ee/SEV>]. 15.04.2014.
15. **EVS** (Eesti Väitlusselts MTÜ). [<http://www.vaitluskoolitus.ee/kes-me-oleme/meeskond/margo-loor>]. 02.03.2014.
16. **Fomotškin, Keit.** (SA Terve Eesti tegevjuht). Autori intervjuu. Helisalvestis (Skype vahendusel). Tartu, 9. aprill 2013.
17. **Franks, D. M., Vanclay, F.** (2013). „Social Impact Management Plans: Innovation in corporate and public policy“. *Environmental Impact Assessment Review* 43. pp. 40–48.
18. **Galera, G., Borzaga, C.** (2009). "Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation". *Social Enterprise Journal* Vol. 5 No. 3. pp. 210-228.
19. **Heateo Sihtasutus.** [<http://www.heategu.ee/>]. 12.02.2014.

20. **Hwang, H., Powell, W.** (2009). "The Rationalization of Charity: The Influences of Professionalism in the Nonprofit Sector". *Administrative Science Quarterly*, 54. pp. 268–298.
21. **Jüriska, Katriin.** (MTÜ Uuskasutuskeskuse tegevjuht). Autori intervjuu. Helisalvestis (Skype vahendusel). Tartu, 3. aprill 2013.
22. **Kerlin, A. J.** (2013). "Defining Social Enterprise Across Different Contexts: A Conceptual Framework Based on Institutional Factors". *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 42(1). pp. 84–108.
23. **Klaasmägi, Kristi.** (SA Noored Kooli tegevjuht). Autori intervjuu. Helisalvestis (Skype vahendusel). Tartu, 3. aprill 2013.
24. **Kramer, M.** (2005). "Measuring Innovation: Evaluation in the Field of Social Entrepreneurship". The Skoll Foundation.
25. **KÜSK** (Kodanikuühiskonna Sihtkapital). [<http://www.kysk.ee/>]. 04.02.2014.
26. **Lepa, Riinu.** (MTÜ Tagurdpidi Lavka juhatuse liige). Autori intervjuu. Helisalvestis (Skype vahendusel). Tartu, 26. märts 2013.
27. **Lillemets, A.** (2010). „Eesti sotsiaalse ettevõtluse kogemuste ja olukorra kaardistamine“. Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit.
28. **Loor, Margo.** (MTÜ Eesti Väitlusseltsi tegevjuht). Autori intervjuu. Helisalvestis (Skype vahendusel). Tartu, 26. märts 2013.
29. **Lyon, F., Sepulveda, L.** (2009). "Mapping social enterprises: past approaches, challenges and future directions". *Social Enterprise Journal*, Vol. 5, No. 1. pp. 83-94.
30. **Mahmoudi, H., Renn, O., Vancly, F., Hoffmann, V., Karami, E.** (2013). "A framework for combining social impact assessment and risk assessment". *Environmental Impact Assessment Review* 43. pp. 1–8.

31. **Millar, R., Hall, K.** (2012) "Social Return on Investment (SROI) and Performance Measurement". *Public Management Review*. pp. 923-941.
32. **Raudsaar, M., Kaseorg, M.** (2013). "AN EXPLORATION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN ESTONIA". *International Journal of Business and Management Studies*. pp. 19-29.
33. **Roberts, D., & C. Woods.** (2005). „Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship“. *University of Auckland Business Review*. pp. 45–51.
34. **Pukson, Vilve.** (Teaduse ja Kultuuri Sihtasutus Domus Dorpatensis juhatuse liige). Autori intervjuu. Helisalvestis. Tartu, 21. märts 2013.
35. **Pärenson, T.** (2011). „Social impact evaluation in social enterprises in Estonia: need rediness and practices“. Tartu Ülikool 2011, 216 p.
36. **Roper, J., Cheney, G.** (2005). "The meanings of social entrepreneurship today." *Corporate Governance*, Vol. 5, No.3, pp. 95-104.
37. **SEIKU** (Sotsiaalse Ettevõtluse Inkubaator). [<http://www.seiku.ee/>]. 01.05.2014.
38. **SEV** (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik). [<http://sev.ee/esileht/mis-on-sev/>]. 10.04.2014.
39. **“Social enterprise: strategy for success”.** (2002). Department of Trade and Industry.
40. **Vaher, Liina.** (MTÜ Tartu Erahariduse Edendamise Seltsi juhatuse liige). Autori intervjuu. Helisalvestis. Brüssel, 22. jaanuar 2014.

## Lisa 1. Intervjuu küsimused

1. Kas te mõõdate oma organisatsiooni ühiskondlikku mõju?
2. Kirjeldage, kuidas te seda teete.

Juhul kui on formaalne hindamise süsteem:

- 2.1 Kui tihti seda teete?
- 2.2 Kuidas lähevad Teie arvates kokku formaalsed tulemused ja tegelik mõju?
- 2.3 Kas midagi võib jääda neist tulemustest välja? Kui, siis mis?
- 2.4 Kuidas jõudsite sellise formaalse hindamise süsteemini? Kas on ka mingi teaduslik alus?
- 2.5 Miks Te just sellist süsteemi kasutate? Kas kaalusite ka mõnd teist?
- 2.6 Kas ja kuidas on hindamissüsteem aidanud omakorda mõju suurendada? Kui ei ole, siis miks?
- 2.7 Kuidas saaks teie süsteemi veel parandada?
- 2.8 Kui teate, siis palun nimetage veel organisatsioone Eestis, kes niimoodi oma mõju mõõdavad.

Juhul kui ei mõõda formaalselt:

- 2.1 Kuidas siis mõõdate?
- 2.2 Miks teil ei ole formaalset mõju hindamise süsteemi?
- 2.3 Kas tahaksite sellist süsteemi? Kui jah, siis mis põhjusel ei ole teinud?
- 2.4 Kui teate, siis palun nimetage veel organisatsioone Eestis, kes oma mõju formaalselt ei mõõda.

Kõigile edasi:

3. Kas teil on mõju? Milles see seisneb?
4. Milliseid soovitusi on Teil mõju hindamise osas teistele SE-dele?

## **SUMMARY**

### **SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL IMPACT MEASUREMENT IN THE CASE OF ESTONIAN SOCIAL ENTERPRISES**

Martin Noorkõiv

Social entrepreneurship is a relatively new field, both in practical use and in academic research. In Estonia, the term has existed for around 15 years, in Western countries, for around 50 years, although the basic method of social entrepreneurship has existed for much longer.

The theme of social entrepreneurship is quite diverse in practice and in the field of academic research as well. There is no one and only definition for social entrepreneurship, but most academics agree upon two aspects – a social enterprise uses entrepreneurial methods and its main goal/purpose is to benefit the society.

Several problems have emerged with social entrepreneurship becoming more widespread, among them the question of their impact. This question is on the minds of financiers, donors and also on social entrepreneurs themselves. Different parties are interested to know how the money is spent and how much impact it really has on actually solving the problems they are supposed to.

The purpose of this particular thesis was to find out how the Estonian social enterprises measure their impact and as a result make proposals on how to advance the area of social impact measurement in Estonia. The specific research tasks of the work were to find a definition for social entrepreneurship and social impact measurement with common ground among the theoreticians, give an overview of the Estonian social entrepreneurship scene, analyze if and how the Estonian social enterprises measure their impact and make proposals for development of the area.

The area of social impact measurement started in developmental aid and environmental impact fields, from there it spread to the rest of the third sector and then to social entrepreneurship. At first, the question was more about transparency of the used finances, then about accountability and impact. The question of impact has developed specifically towards measuring the change of the root causes of the problems in question.

The Estonian social entrepreneurship area is currently rather small amounting to around fifty enterprises. The biggest influencers in this field are three organizations – The Good Deed Foundation, The Estonian Civil Society Fund and Social Entrepreneurship Network. Each has supported the development of the field differently, with founding enterprises, funding programs and doing political lobbying.

In the empirical part of the thesis the author interviewed the leaders of seven social enterprises in Estonia. These enterprises were the biggest and most well developed, and fit the given definition of social entrepreneurship. They were in-depth qualitative interviews with the purpose of understanding in detail how different enterprises approach the impact measurement.

The main conclusions from the analysis of the interviews were that it is possible to divide the social enterprises into three categories: 1) those who don't measure their impact; 2) those measuring only their outcomes; 3) those measuring their impact. The latter category can in turn be divided into those who measure the impact of some of their activities and those who measure the impact of the whole organization.

Other conclusions of the work include the reasons why some enterprises don't measure their impact. Mostly it comes down to not considering it important enough and then not prioritizing it among other work in the organization. Those who measured their impact did it mainly to use it in their communication activities and convince financiers (both institutions and private donors).

It was also found that some of both the impact measuring and outcome measuring enterprises used informal methods of measuring and formal systems. Formal systems

usually had regular collection and analysis of data. Most of the leaders felt though, that their systems did not capture the whole picture about the impact of their enterprises.

The author made quite a few suggestions to different parties of social impact measurement – to starting entrepreneurs, existing enterprises, financers, support organizations and researchers. Some of those were that it is better to start thinking about the impact of a social enterprise right in the beginning; that one of the most important factors of impact measurement is the direct involvement of the leader of the organization; that a social enterprise needs to make impact measurement into a priority in order to have the necessary resources for it; that there are many different support mechanisms for a social enterprise to start measuring their impact and that there are unanswered questions regarding the relationship between impact measurement and increasing the impact of the enterprise.

In conclusion, the thesis answered all of the questions raised in the beginning – phrased the definitions of social entrepreneurship and impact measurement, gave an overview of the situation of social entrepreneurship in Estonia, analysed the impact measurement of Estonian social enterprises and gave a number of suggestions to different related parties.

**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Martin Noorkõiv,

*(autori nimi)*

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Sotsiaalne ettevõtlus ja ühiskondliku mõju hindamine Eesti sotsiaalsete ettevõtete näitel,

*(lõputöö pealkiri)*

mille juhendaja on Krista Jaakson,

*(juhendaja nimi)*

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
  - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
  3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **27.05.2014**